# L'OFFICIEL

TÜRKİYE

Hazır mısınız?
## Geleceğe yolculuk

Trend
## Abartının göz alıcı cazibesi

Teknoloji
## Dijital moda markaları

# Demet Özdemir

## Umutları ve hayallerinin peşinde

CHANEL

chanel.com

CARTIER.COM

Cartier

B.zero1

XX YEARS OF AN ICON

# BVLGARI
ROMA

BVLGARI STORE • ZORLU CENTER • ISTANBUL

FOTOĞRAF: MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT

BURBERRY

LONDON ENGLAND

Lucky Move Collection | #TryYourLuck

Quadran

Quadran Luxury Timepieces
IstinyePark, Katar Caddesi, No: 11 Sariyer Istanbul 0 212 345 01 01
D Maris Bay, Marmaris 0 252 436 91 91

/WingsCard

Hemen indir
Axess Mobil

axess
Wings
HAYAT. ŞİMDİ. BENZERSİZ.

Anlaşmalı Wings Style işyerlerinden Wings, Wings Black, Wings Private ile yapılacak harcamalardan %10 - %20 arasında değişen oranlarda indirim kazanılır. Lucca ve Bebek Balıkçı'da %20, Akyaka Kite Beach ve Hacı Şükrü'de %15 ve diğer işyerlerinde %10 indirim kazanılır. İndirimler kredi kartı ekstresine TL tutar olarak 2 işgününe kadar yansıtılır. Wings, Wings Black, Wings Private, Wings Business ile bu kartlara bağlı ek kartlar ve sanal kartlar kampanyaya dahildir. Axess, Free, Neo, Bank'O Card Axess ve Axess ticari kart sahipleri faydalanamaz. Bu kampanyalar başka indirim ve kampanyalar ile birleştirilemez. Akbank T.A.Ş. kampanyayı durdurma ve kampanya şartlarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Detaylar: www.wingscard.com.tr

Wings'e hemen başvurmak için "WINGS" yazın, 5990'a kısa mesaj gönderin.
Başvuru için gönderilen SMS'ler; operatörlerin kendi tarifeleri üzerinden ücretlendirilir.

# SEÇKİN MEKANLARDA HERKES TAKILIR BEN ÖZEL İNDİRİM DE ALIRIM

WINGS STYLE İŞYERLERİNDE
%10-20 İNDİRİM WINGS SAHİPLERİNİ BEKLİYOR.

**İSTANBUL**
ALANCHA
BEBEK BALIKÇI
CAFFETTERIA NO:2 TEŞVİKİYE
CANTINERY ZORLU CENTER
JAPONİKA SUSHİ
HOTEL LES OTTOMANS
KAŞIBEYAZ BOSPHORUS
LUCCA
LÜSYEN
MEAT'NG ETİLER
MICHELLE
MORINI ZORLU CENTER
MUST
RETRO SOCIETY
SACA
SERAFINA
SET BALIK
SOPHIE BEBEK
TIKE İSTİNYE
VENGE

**ANKARA**
TINT CAFE & BISTRO

**ÇEŞME**
BALIKÇI NİYAZİ
ILDIRI BALIK

**İZMİR**
AVLU URLA BISTRO & BAR
AVNİ BISTRO & COFFEE
MEYHANE SİSİM
NİŞANYAN OTEL
PIER OTEL RESTAURANT

**BODRUM**
CHURCHILL BISTRO
ESKİ YER

**ANTALYA**
KALAMAR BALIK EVİ

**KONYA**
HACI ŞÜKRÜ

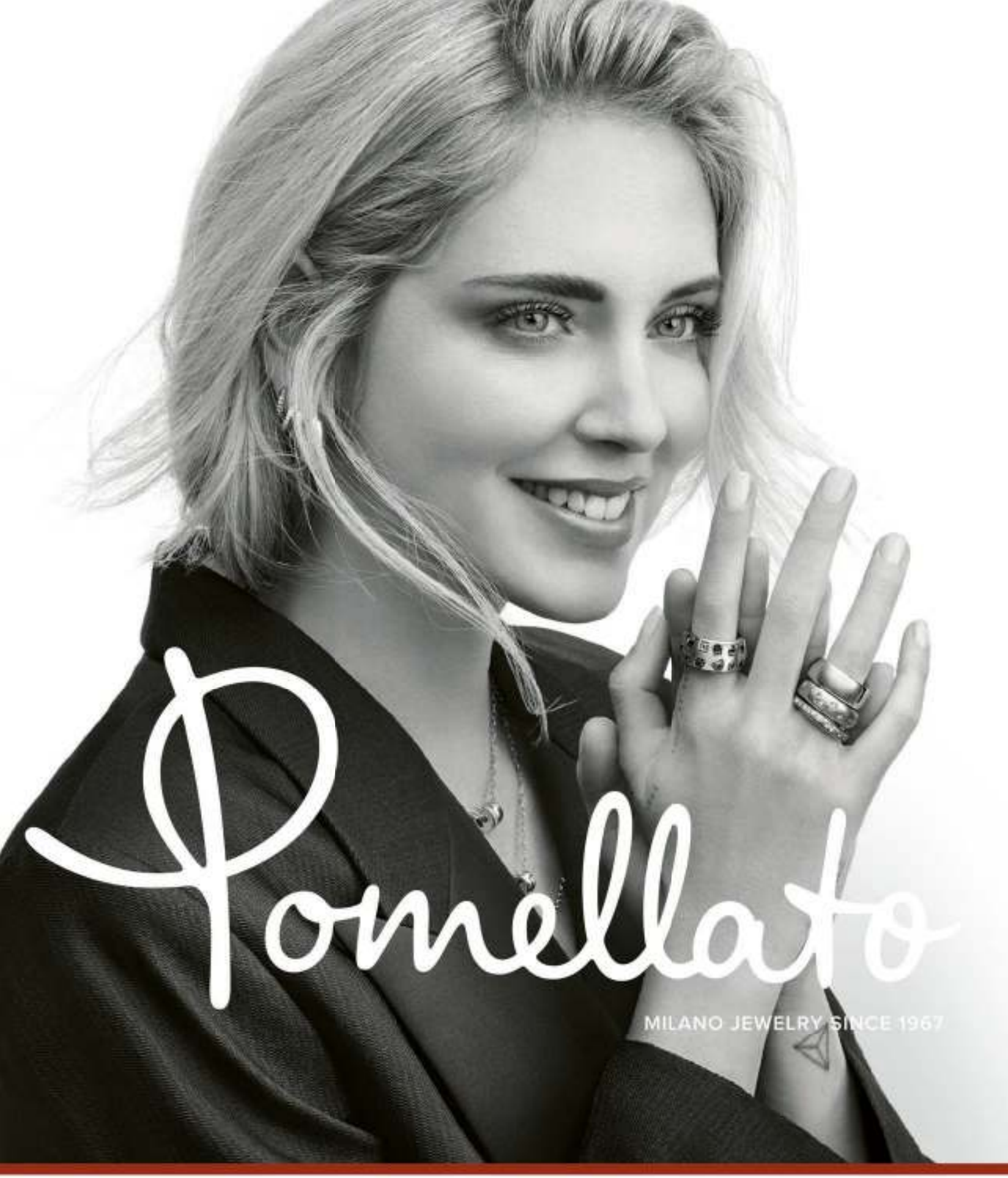
**MARMARİS**
YUNUS CAFE BAR

**FOÇA**
NAVALIA OTEL

AKBANK

CHIARA FERRAGNI
IN ICONICA COLLECTION

#pomellatoforwoman
pomellato.com




POMELLATO BOUTIQUE
ZORLU CENTER AVM
LEVAZIM MAH. KORU SOK. NO:2
BEŞIKTAŞ / İSTANBUL
TEL.: 0545 344 55 10 · rotapsaat.com

NetWork

# VICTORIA'S SECRET

victoriassecret.com.tr | @victoriassecretturkiye

En güzel
hediye seçenekleri

Natalia's Maxx Moment

etstur

MAXX ROYAL

RESORTS

BELEK | KEMER

# En güzel mekânlarda en özel ayrıcalıklar Yapı Kredi'de!

*Crystal sahiplerine özel %20, World Platinum ve adios Premium sahiplerine özel %10 indirim sizleri bekliyor.*

29 | Borsa Restaurant | DA MARIO Ristorante & Pizzeria | divan | EATALY | FENIX

GINA | GÜNAYDIN 1965 Balık & Steakhouse | KITCHENETTE | KIYI Restaurant | La Petite Maison | La Viña

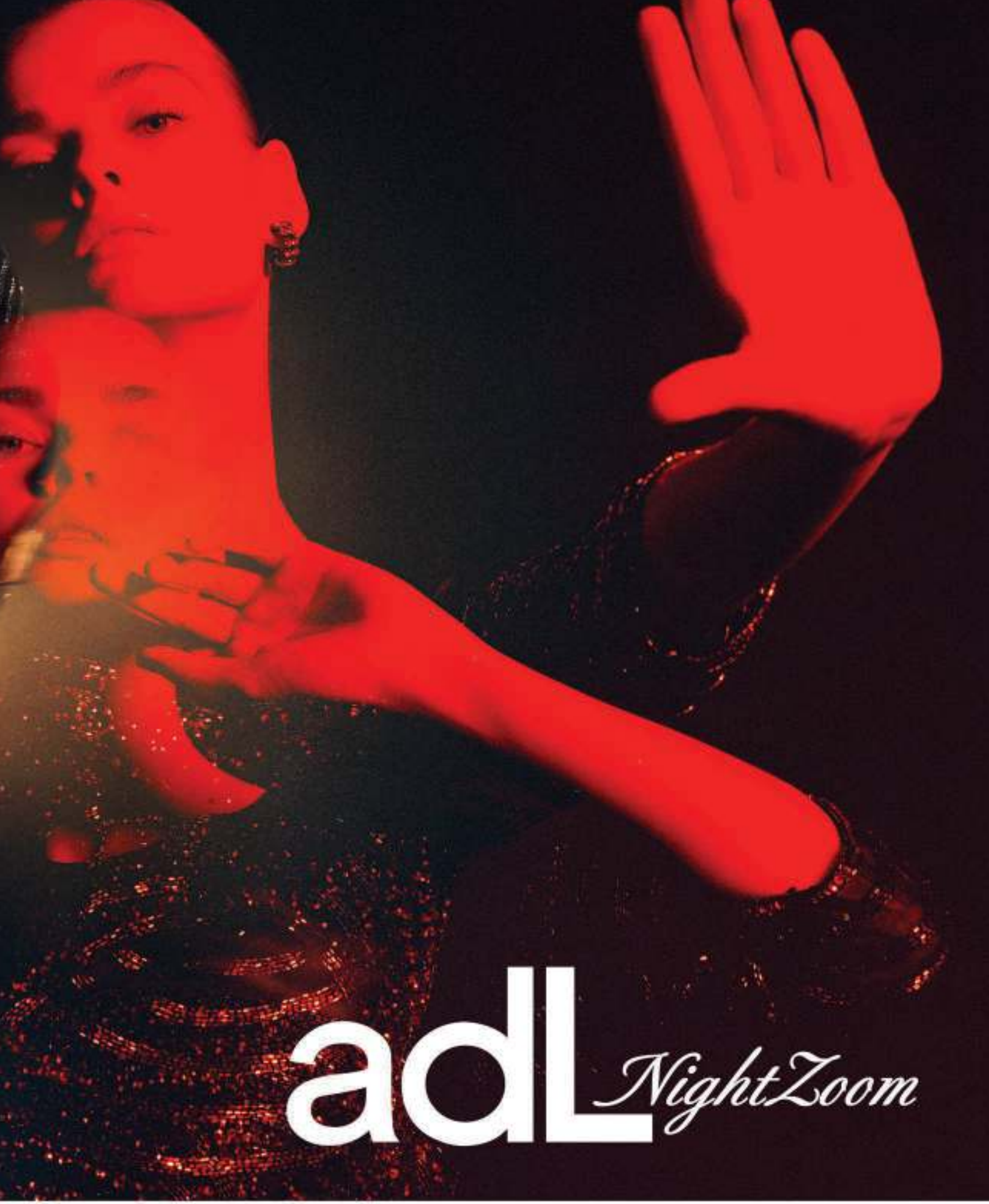
LACIVERT | masa | Mezzaluna | park Fora | PARLÉ | SUNSET Grill & Bar | sushiCO

Şans | THE POPULIST | VOGUE restaurant | ZANZİBAR | zuma

Kampanyadan Yapı Kredi Crystal kart sahipleri işlem bazında en fazla 1.000 TL, aylık bazda en fazla 2.500 TL indirim, Yapı Kredi World Platinum, Yapı Kredi adios Premium sahipleri işlem bazında en fazla 100 TL, aylık bazda en fazla 500 TL indirim kazanabilir. Aynı gün aynı üye iş yerinde yapılan harcamalarda, yalnızca ilk harcamadan indirim kazanılacaktır. Kazanılan indirim otomatik olarak harcama yapılan günün sonunda kartınıza yansıtılacaktır. Anlaşmalı güncel mekân listesi ve detaylı bilgi için: yapikredi.com.tr, Yapı Kredi VIP Line 444 0 446

YapıKredi

www.adL.com.tr




axess 7 Taksit CARDFINANS

# VOYAGE

# EDİTÖR

DEBORA ZAKUTO

Bir 90'lar çocuğu olarak küçükken *"Richie Rich"* izlerken gelecekte hepimizin evlerinde Irona gibi robot hizmetçiler çalışacağına, *"Jetgiller"*deki gibi mutfakta tek bir tuşla önümüze istediğimiz her yemeğin hazır geleceğine ya da *"5. Element"*teki gibi uçan arabalarla şehir içerisinde yolculuk yapacağıma inanırdım. Çok değil sadece yirmi yıl önce sadece filmlerde karşımıza çıkan bu teknoloji çağına 2020'lere girerken her gün daha da yaklaşmaya başladık. Belki uçan arabalarımız hala yok ancak son on yılda gerçekleşen teknolojik devrimle hayatlarımız yepyeni bir boyut kazanıyor. Alexa, Google Home, Tapia gibi hayatımızı kolaylaştırmak için yapay zeka ile geliştirilen cihazların sayısı azımsanamayacak kadar fazla. Ayrıca airbnb, uber, Netflix, Spotify gibi uygulamalar hayatımızın merkezinde konumlanıyor; Beyond Foods ve Impossible Foods gibi firmalar tarafından etsiz etler ya da balıksız balıklar üretiliyor; geri dönüşümlü materyallerden özel kıyafetler tasarlanıyor; Elon Musk ise uzaya gitmeye hazırlanıyor. Tüm bunları göz önünde bulundurduğumuzda önümüzdeki on yıllık süreçte hayatımızın hiç beklenmedik bir noktaya gideceğine şüphe yok. Her ne kadar *"Sapiens"* ve *"Homo Deus"* kitapları ile tanınan dünyaca ünlü yazar Yuval Noah Harari'nin Davos Dünya Ekonomik Forumu'nda gerçekleştirdiği konuşma, insanoğlunun sonu ve teknolojinin geleceğine dair bizleri korkutsa da alanında uzman genç isimlere yer verdiğimiz özel portfolyo konusuyla biz önümüzdeki on yıla daha umutla yaklaşıyoruz. Dijital moda dünyasından en yeni tekno-güzellik uygulamalarına, 2020 seyahat trendlerinden Dilara Koçak ile çevresel farkındalığın önemine, abartının güncel uyarlamasından uzay yolculuğuna birçok farklı içerikle yakın geleceği mercek altına aldığımız Aralık-Ocak sayımızın kapağında ise Pantene'in yeni marka elçisi Demet Özdemir yer alıyor. Çekimlerdeki samimiyeti ve güler yüzüyle içimizi ısıtan genç oyuncu 2020 yılında tüm kadınları *#GünBenimGünüm* demeye davet ediyor. Biz de ondan ilham alarak sizlere kendinizi her zamankinden daha güleryüzlü, hayat dolu, mutlu, motive ve güçlü hissedeceğiniz günlerle dolu yeni bir yıl diliyoruz. Şimdiden herkese mutlu yıllar!

adler
JOAILLIERS DEPUIS 1886
www.adler.ch

L'OFFICIEL TÜRKİYE

Nº 86 – ARALIK-OCAK 2019-2020

Demet Özdemir
Fotoğraf Mustafa Nurdoğdu
Korseli poplin gömlek, Chalayan, Gizia Gate. Deri pantolon, Relish, Vakkorama. Deri çizme, Aquazzura, Beymen

SAYFA 202

**Editör**
sayfa 24

**STİL**
**Alışveriş**
sayfa 50

**Modern zaman prensesleri**
sayfa 66

**Büyülü zamanlar**
sayfa 80

**Kavra!**
sayfa 82

**Yaratıcı samimiyet**
sayfa 94

**Muhteşem dengenin sırrı**
sayfa 98

**Maskülen duruşa feminen yorum**
sayfa 102

**Anne-kız mirası**
sayfa 104

**Oyuna devam...**
sayfa 106

**Sanal mı gerçek mi?**
sayfa 108

**Gösterişli dostluk**
sayfa 116

**PORTRE**
**2020'ye girerken devir teslim töreni**
sayfa 121

**MÜCEVHER**
**İngiltere'de bir Parizyen**
sayfa 146

**Baştacı elmas**
sayfa 150

**Siyahın bütünsel gücü**
sayfa 160

**BE WELL**
**Baskın karakter**
sayfa 164

**Şişelenmiş mutluluk özleri**
sayfa 166

**Bakışlarınızın yaratıcısı olun**
sayfa 168

**Yeniliklere doğru**
sayfa 172

**Nefesin gücünü fark edin!**
sayfa 174

**MODA**
**Kapak kızı: Demet Özdemir**
sayfa 186

**Alfa kadını**
sayfa 202

**Couture'ün yeni yüzü**
sayfa 218

**BU AY**
**Sarışınların intikamı**
sayfa 228

**Kuralları yıkıp, ezber bozan kadınlar**
sayfa 232

**Bir makine rüya görebilir mi?**
sayfa 236

**Şimdi yola çıkma zamanı!**
sayfa 238

SAYFA 172

#DontCrackUnderPressure
TAG HEUER
TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860
«Lions to me symbolize bravery», Cara Delevingne
Shot in real conditions by David Yarrow
Discover more on Youtube and on tagheuer.com/cara
TAG HEUER CARRERA LADY
CHAMBER OF OPULENCE
CARRERA

L'OFFICIEL TÜRKİYE

N° 86 – ARALIK 2019 – OCAK 2020

**YÖNETİM**
İMTİYAZ SAHİBİ
Om Medya San. ve Tic. A.Ş ADINA
Ebru Alişan

**Genel Yayın Yönetmeni**
Debora Zakuto
deborazakuto@lofficiel.com.tr

**Kreatif Direktör**
Meltem Aydın
meltemaydin@lofficiel.com.tr

**Yazı İşleri Müdürü**
Buket Cengizalp Dinç
buketcengizalp@lofficiel.com.tr

**Moda Direktörü**
Ceylan Atınç

**Prodüksiyon Direktörü**
Bağlan Keskin

**Moda Editörü**
Tuğçe Bahçıvangil
tugcebahcivangil@lofficiel.com.tr

**Güzellik Editörü**
Zeynep Şenolsun
zeynepsenolsun@lofficiel.com.tr

**Yazı İşleri**
Dilruba Karaköse
dilrubakarakose@lofficiel.com.tr

**Katkıda bulunanlar**
Burcum Baygut, Dilara Yılmaz, Gamze Biran, Ezgi Şuekinci, Ilgaz Gökırmaklı, Kerem Yılmaz, Kübra Özden, Merve Ağazat, Mustafa Nurdoğdu, Petek Kırboğa

**Dijital İçerik Editörü**
Yunus Başaran
yunusbasaran@ommedya.com

**Videographer**
Abdullah Yazıc
abdullahyazicioglu@ommedya.com

**Fotoğraf**
Özkan Önal
ozkanonal@ommedya.com

**Renk Ayrımı**
Tolga Ünsal
tolgaunsal@ommedya.com

**Satış, Dağıtım ve Üretim Sorumlusu**
Kerem Vatanacan
keremvatanacan@ommedya.com

**Prodüksiyon Sorumlusu**
Alpaslan Ocak
alpaslanocak@ommedya.com

**Ürün Sorumlusu**
Ali Kartal
alikartal@ommedya.com

**Ulaştırma**
Barış Nalçacı

**L'OFFICIEL TÜRKİYE İLETİŞİM ADRESİ**
Om Medya San. ve Tic. A.Ş
İbrahim Karaoğlanoğlu Cad. Yayıncılar Sok. 10/A Kat: 2 Seyrantepe 34418 İstanbul -
Tel: (0212) 324 81 10 - Fax: (0212) 269 48 29

**Reklam Grup Başkanı**
Rahşan Kürkçü
rahsankurkcu@ommedya.com

**Reklam Koordinatörü**
Nilüfer Aykaç
niluferaykac@ommedya.com

**Reklam Koordinatörü**
Zeynep Kıratlılar
zeynepkiratlilar@ommedya.com

**Pazarlama Koordinatörü**
Merih Akdeniz
merihakdeniz@ommedya.com

**Satış ve Operasyon Müdürü**
Gizem Nacak
gizemnacak@ommedya.com

**Reklam Teslim Adresi**
Om Medya San. ve Tic. A.Ş
İbrahim Karaoğlanoğlu Cad. Yayıncılar Sok. 10/A Kat.3 Seyrantepe 34418 İstanbul -
Tel: (0212) 324 81 10 reklam@ommedya.com

**BASKI**
İmak Ofset Basım Yayın Tic. ve San. Ltd. Şti.
Akçaburgaz Mah. 137. Sok. No:12 Esenyurt
İstanbul - Tel: (0212) 444 62 18

**DAĞITIM**
TURKUVAZ DAĞITIM: Barbaros Bulvarı No: 125/4 Beşiktaş 34349 İstanbul - Tel: (0212) 354 30 00 - Fax: (0212) 347 31 07

YAYIN TÜRÜ: Yerel Süreli

**LES PUBLICATIONS DES ÉDITIONS JALOU**

Yazı ve fotoğrafların tüm hakları L'Officiel Türkiye Om Medya San. ve Tic. A.Ş'ne aittir. Jalou Media Group ile yapılan lisans sözleşmesi uyarınca lisans alan Om Medya yazılı izni olmaksızın hiçbir şekilde yazı ve fotoğraflardan alıntı yapılamaz. Basın ilan sorumluluğu ilan sahiplerine aittir. Dergide yayınlanan ürünlerin fiyat değişikliklerinden L'Officiel Türkiye sorumlu değildir. Bu dergi Basın Meslek İlkeleri'ne uymayı taahhüt eder.

OMMEDYA

İSTİNYE PARK ZORLU CENTER
NİŞANTAŞI AKASYA PALLADIUM
KAVAKLIDERE TERRACITY
MICHAELKORS.COM
MICHAEL
MK
MICHAEL KORS
MICHAEL KORS
MICHAEL KORS
MK

L'OFFICIEL TÜRKİYE

N° 86 – ARALIK 2019 – OCAK 2020

**Genel Yayın Yönetmeni**
Adrienne Ribes-Tiphaine

**Moda Direktörü**
Vanessa Bellugeon

**Kreatif ve Artistik Yönetim**
Ill-Studio

**YÖNETİM**
**Yönetim Kurulu Eş Başkanları**
Marie-José Susskind-Jalou Maxime Jalou

**Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Başkanı**
Benjamin Eymère
b.eymere@jaloumediagroup.com

**Genel Müdür Yardımcısı ve Yönetim Kurulu Üyesi**
Maria Cecilia Andretta
mc.andretta@jaloumediagroup.com

**Yönetim Asistanı**
Pascale Savary
p.savary@jaloumediagroup.com

**Uluslararası yönetim ve pazarlama**
**Uluslararası Yönetim ve Pazarlama Direktörü**
Flavia Benda
f.benda@jaloumediagroup.com

**Uluslararası Editoryal ve Arşiv Direktörü**
Nathalie Ifrah
n.ifrah@jaloumediagroup.com

**Uluslararası Reklam Müdürü Paris**
Emmanuelle Hermant
e.hermant@jaloumediagroup.com

**Uluslararası Reklam Müdürü İtalya**
Angela Masiero
a.masiero@jaloumediagroup.com

**Uluslararası Reklam Müdür Yardımcısı İtalya**
Claudia Della Torre
c.dellatorre@jaloumediagroup.com

**Reklam Müdürü İtalya**
Monica Traina
m.traina@jaloumediagroup.com

**Ürün Dağıtım Müdürü**
Jean-François Charlier
jf.charlier@jaloumediagroup.com

**ÉDITIONS JALOU ULUSLARARASI YAYINLARI**
L'Officiel de la Mode, Jalouse, L'Optimum, La Revue des Montres, L'Officiel Voyage, L'Officiel 1000 Modèles, L'Officiel Hommes, L'Officiel Art, L'Officiel Shopping, L'Officiel Chirurgie Esthétique, L'Officiel Almanya, L'Officiel Hommes Almanya, L'Officiel Avustralya, L'Officiel Azerbaycan, L'Officiel Brezilya, L'Officiel Hommes Brezilya, L'Officiel Çin, L'Officiel Hommes Çin, L'Officiel Art Çin, L'Officiel Hommes Kore, L'Officiel İspanya, L'Officiel Yunanistan, L'Officiel Hommes Yunanistan, L'Officiel Hindistan, L'Officiel Endonezya, L'Officiel İtalya, L'Officiel Hommes İtalya, L'Officiel Japonya, L'Officiel Kazakistan, L'Officiel Letonya, L'Officiel Lübnan, L'Officiel Hommes Lübnan, L'Officiel Litvanya, L'Officiel Malezya, L'Officiel Fas, L'Officiel Hommes Fas, L'Officiel Meksika, L'Officiel Ortadoğu, L'Officiel Hommes Ortadoğu, L'Officiel Art Ortadoğu, L'Officiel Hollanda, L'Officiel Hommes Hollanda, L'Officiel Filipinler, L'Officiel Rusya, L'Officiel Singapur, L'Officiel Hommes Singapur, L'Officiel İsviçre, L'Officiel Hommes İsviçre, L'Officiel Voyage İsviçre, L'Officiel Tayland, L'Officiel Hommes Tayland, L'Optimum Tayland, L'Officiel Türkiye, L'Officiel Hommes Türkiye, L'Officiel Ukrayna, L'Officiel Hommes Ukrayna, L'Officiel Vietnam
www.lofficielmode.com – www.loptimum.fr – www.jalouse.fr
www.editionsjalou.com – www.larevuedesmontres.com

**KURUCULAR – GEORGES, LAURENT VE ULLY JALOU (†)**

ACPM OJD DIFFUSION

sisley
PARIS

# SISLEYA
## LE TEINT

The skin care foundation

Discover more at sisley-paris.com

# IŞILTI SEVERİZ!

Göz alıcı olmanızı sağlayacak metalik ve parıltılı parçalar sadece geceleri değil gündüzleri de yıldız efekti yaratacak.

Hazırlayan TUĞÇE BAHÇIVANGİL

1. Ayakkabı, **Aquazzura, Beymen** 2. Etek, **NetWork,** 699 TL 3. Elbise, **Giambattista Valli x H&M,** 1.399 TL 4. Elbise, **Rasario, Beymen,** 9.300 TL 5. Güneş gözlüğü, **Dior,** 9.950 TL 6. Elbise, **Pinko,** 810 Euro 7. Ceket, **Ipekyol,** 799 TL 8. Ayakkabı, **Miu Miu** 9. Balenciaga 2019-20 Sonbahar-Kış 10. Elbise, **adL+Cengiz Abazoğlu,** 1.299,90 TL 11. Yüzükler (gümüş üçgen, gümüş taşlı üçgen), **Pandora** (her biri), 319 TL

DESA
ONLINE ALIŞVERİŞ
DESA.COM.TR

# 2020 MANŞETLERİ

Yeni bir on yıllık döneme girerken moda, mücevher, kozmetik, sağlıklı yaşam, kültür-sanat ve seyahat dünyasından öne çıkan başlıklar...

## ZENGİN ARŞİV

Geçtiğimiz eylül ayında aramızdan ayrılan ikonik moda fotoğrafçısı Peter Lindbergh vefatından kısa bir süre önce Dior için özel bir projeye imza atmıştı. Markanın arşivinden ikonik 80 parçayı birçok farklı süpermodel ile New York sokaklarında fotoğraflayan Lindbergh bu fotoğraf kareleri, Taschen'den yayınlanan "Dior/ Lindbergh" kitabında bir araya getirildi. Usta vizör, ölümünden sonra bile başarılı işleriyle anılmaya devam ediyor.

### MONOGRAMANIA

Kanvas monogram deseni 2020 ile birlikte moda dünyasına iddialı bir dönüş yapıyor. Rihanna, Los Angeles sokaklarında baştan aşağı Dior Oblique deseninde bir tasarımla görüntülenirken Gucci ise 1955 Horsebit çantasını yeniden lanse ediyor.

### GÖSTERİŞLİ ZANAAT

Yepyeni bir ayakkabı markası yıldızların gardırobundaki yerini alıyor: Amina Muaddi. Orta Doğu'nun gösterişli dünyasını, İtalya'nın eşsiz el işçiliğiyle harmanlayan tasarımcı Kendall Jenner, Rihanna, Gigi Hadid gibi ikonların yeni gözdesi.

### İKON ADAYI

Gösterişli, modern ve sofistike.. Hedi Slimane bu üç kelimeden yola çıkarak Celine için yepyeni bir çanta modeline imza attı. "Instagram'lanabilir" olduğu kadar kullanışlı da olan yeni Triomphe 2020'nun ikon çantaları arasında ilk sırada yer alıyor.

## İNOVATİF SPOR

2020'nin en ses getirecek işbirlikleri hiç şüphesiz adidas'ın. Geçtiğimiz günlerde Stella McCartney ile ikonik StanSmith spor ayakkabısını yüzde 100 vegan versiyonunu piyasaya çıkaran marka önümüzdeki aylarda ise Prada ile zamansız ikonları yepyeni bir vizyon ve inovasyonla lanse etmeye hazırlanıyor.

### DAHİLERİN ADRESİ

Her sezon birçok farklı işbirliğine imza atan Moncler, 2020'ye üç farklı şehirde Moncler Genius pop-up mağazası açarak giriş yapıyor. Ocak ayında kapılarını açan Milano, Tokyo ve Paris mağazalarında klasik parçaların yanı sıra o şehre özel dış giyim tasarımlarına yer vermeye hazırlanan marka kulaklık, kaykay gibi sürpriz parçaları da koleksiyonuna ekliyor.

## SAMİMİYET PEŞİNDE

Şehirde açılan yepyeni restoranlarla yeni yıla giriş yapıyoruz. Etiler'de kapılarını açan Villa Emma da bunlardan biri. Şık ambiyansı ile öğle ve akşam yemeklerinin vazgeçilmez adresi olmaya hazırlanan mekan ev ortamı hissi veren kış bahçesi, duvarlarındaki sanat eserleri, İngiliz tarzı barındaki özel hazırlanan kokteylleri ve İtalyan mutfağından gurme yemekleriyle dikkat çekiyor.

**ADAPTOJEN BESİNLER**

Günlük hayatımızda maruz kaldığımız stres nedeniyle dengesini kaybeden bedenimizi yeniden dengeye sokmak için adaptojen bitkiler devreye giriyor. Maca bitkisi, shilajit, altın kök, Chaga mantarı, Hint fesleğeni ve Ashwagandha gibi holistik besinler şu sıralar Los Angeles'ta besin takviyelerinden bitki çaylarına birçok farklı yerde kullanılıyor.

### JLO'NUN YÜKSELİŞİ

Jennifer Lopez, Celine Dion'un izinden giderek moda dünyasında bir stil ikonu olmaya hazırlanıyor. Ekim ayında Versace'nin podyumunda boy gösteren JLO Coach'un yeni reklam yüzü. Ayrıca yıldız "Hustler"'daki performansıyla Oscar'a aday.

### YEREL LEZZETLER

Geleneksele ve doğaya dönüş devam ediyor. Nişantaşı St. Regis'te açılan Hiref Café de gourmet kısmında sunduğu tatlarla dikkat çekiyor. Gökçeada'dan gelen zeytinyağları, Artvin'de özel olarak üretilen organik ballar, hurmalı cheesecake öne çıkan lezzetlerden.

## GRAMMY'NİN YILDIZLARI

2019'un yükselen yıldızları Lizzo ile Billie Eilish, 2020 Grammy Ödülleri'nin öne çıkan isimlerinden. 17 yaşındaki Billie dört ana dalda aday olan Grammy tarihindeki en genç isim oluyor. Rap sanatçısı Lizzo ise sekiz farklı dalda karşımıza çıkıyor. İkili başta Gucci olmak üzere moda dünyasının da radarında.

## ÇOK YÖNLÜ GİRİŞİMCİLER

Yeni 10 yıllık süreçte klasik tasarımcı anlayışı da değişiyor. Çok yönlü karakterler dikkat çekiyor. Alexander Wang yeni streaming kanalı Quibi için Potty Talk adına yeni bir sohbet serisi lanse ediyor; Peggy Gou DJ'lik yapıyor; Matty Bovan, NEED4MEAD adında bir dergi yayınlıyor; Brandon Maxwell yıldızlara stil danışmanlığı veriyor.

## SAĞLIKLI YAŞAM KULÜPLERİ

2020'li yıllara giriş yaparken yepyeni bir kulüp anlayışı tüm dünyada adından söz ettirmeye başladı. Londra, Los Angeles ve New York gibi metropollerde sayıları her geçen gün artan sağlıklı yaşam kulüpleri üyelik sistemiyle çalışarak üyelerine karmaşık şehir ihtiyacından uzaklaşmak için ihtiyaçları olan her şei ybir arada sunuyor. Teknolojik cihazlar, Uzak Doğu'nun geleneksel tedavi yöntemleri, meditasyon programları, kişiselleştirilmiş ürünler, spa uygulamaları ve spor derslerinin öne çıktığı bu kulüplerin en güzel örnekleri ise The Well, Remedy Place, Chillhouse oluyor.

## KEŞİF ZAMANI

Instagram sayesinde klasik seyahat rotaları artık eski ışığını kaybetmeye başladı. Sürekli aynı yerlerin gitmesek de zaman akışında fotoğrafını görmek, o rotalara gitme arzumuzu azaltıyor. Ayrıca yine sosyal medya sayesinde daha önce belki adını bile duymadığımız şehirler karşımıza çıkıyor. Leiden (Hollanda), Odesa (Ukrayna), Salzburh (Avusturya) bu yılki görülecek yerler listemizde.

### MODERN ART DECO

Rose altın ve renkli taşlar hızlı bir yükselişe geçiyor. Harry Winston'ın ilk dönem tasarımlarının çoğuna ilham veren Art Deco stiline saygı duruşunda bulunan "Avenue Classic Aurora" saat modeliyle Pomellato'nun karakteristik yüzüğü "Iconica" bizleri rengarenk bir yolculuğa davet ediyor.

### KALBE DOĞAN IŞIK

Geçtiğimiz aylarda Londra'da mağaza açan Bee Goddess'ın göz sembolizmi ve ışıktan aldığı ilhamla hazırladığı "Göz Nuru" (Eye Light) koleksiyonu birçok derin anlamı temsil ediyor. Manevi bilgi yolu ile kalbe doğan ilahi ışığı, kalp gözünü ve yeniden doğuşu anlatıyor.

## MÜHRÜNÜ BAS

Nesillerdir erkekler arasında oldukça popüler olan mühür yüzükler, 2020 ile birlikte kendi kadın aksesuar dünyasında dikkat çekici bir yer ediniyor. Burjuvazi akımının yükselişe geçmesiyle yeniden manşetlerdeki yerini alan bu aksesuar Dior Joaillerie, Van Cleef & Arpels, Louis Vuitton ve Foundrae'de birbirinden farklı semboller ve tasarımlarla bir araya geliyor.

### GÜNCEL YORUM

Saat dünyasının en kült modelleri 2020'li yıllara yepyeni seçeneklerle giriş yapıyor. Bulgari'nin Basel 2019'da tanıttığı "Serpenti Seduttori" de bunlardan biri. İlk kez 1940'lı yıllarda satışa sunulan Serpenti bu yeni formunda yeni bilezik tasarımıyla kadınlara baştan çıkarıcı bir güç katmaya hazırlanıyor.

## BİR TAŞLA İKİ KUŞ

Dijital dönüşümle birlikte hayat sürekli hızlanırken alışveriş yaparken bir ürünün kullanışlı olması ön plana çıkıyor. Tasarımcılar bu ihtiyacımızı ön planda tutarken birden fazla kullanım şekli olan parçalara imza atıyor. Hem blazer ceket hem elbise olan Dracket'lar, pantolon olmasına rağmen etek gibi görünen Trousirt'ler, yakasında boynunuzu sarmak için atkı yer alan Scrumper'larsa öne çıkanlar.

## DÜNYA SENİN İSTİRİDYEN!

Mücevher dünyasının en klasik materyalleri 2020 İlkbahar-Yaz sezonuyla birlikte kabuk değiştiriyor. Khaite'den Jason Wu'ya, Tory Burch'ten Anna Sui'ye birçok marka 2020 İlkbahar-Yaz koleksiyonlarında yaratıcı tasarımlarda inci detayına yer veriyor. Özellikle Prabal Gurung'daki küpeler favorimiz.

## SANAT İLE MODA İLİŞKİSİ

Sosyal medyada yüksek bir etkileşim yaratmak için deneyimsel perakendecilik her geçen gün artıyor. Birçok marka öne çıkan mağazalarını yenileyerek müşterilerine alışverişten ötesini sunuyor. Çeşitli sanat eserlerini sergilemek de listenin başında yer alıyor. Christopher Kane, Londra mağazasında Lena Dunhan'ın eserlerini sergilerken Louis Vuitton'un yenilenen New Bond mağazasında Tracy Emin, Anna Morris gibi 25 sanatçının 43 eseri katları süslüyor. Victoria Beckham ise Sotheby's ile Andy Warhol işlerine yer veriyor.

## ZIT ÖZELLİKLER

Bazen bir yarışmayı kazanmak tek başına yeterli olmaz. 2019 CFDA adaylarından Khaite hayalindeki ödülü kazanmasa da 2020 İlkbahar-Yaz sezonunun en çok konuşulan tasarımcısı ilan edildi. Maskülenlik ile feminenliğin, somut figürler ile akışkanlığın bir arada sunulduğu ve kusursuz terziliğin her detayda kendini gösterdiği Catherine Holstein imzalı tasarımlar kısa sürede Michelle Obama, Emily Blunt ve Katie Holmes gibi isimlerin vazgeçilmezi olmayı başardı.

Fotoğraf Getty Images

1

2

3

4

## KOZMETİK DÜNYASI...

**1. AROMATERAPİK KOKULAR**
Parfüm dünyasında değişim başladı. Havadan taşınan bakteri, virüs ve küflerle savaşma özelliğine sahip aromatik yağların 2024 yılı itibariyle parfüm sektöründeki en büyük güç olması bekleniyor. Aromaterapi ile kokuların duygular ve ruh halindeki etkilerini keşfeden bilim dalı Aromachology'nin bir araya gelmesiyle hazırlanan parfümler önümüzdeki aylarda ön planda.

**2. BECKHAM'DAN TEMİZ GÜZELLİK**
Victoria Beckham "temiz güzellik" akımının temsilcisi. Geçtiğimi eylül Victoria Beckham Beauty markasını kuran tasarımcı 2020'de makyaj ürünlerinin yanı sıra cilt bakım koleksiyonu da sunuyor.

**3. KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ BAKIM**
Her cildin ihtiyaç duyduğu cilt bakımı ürününün farklı olduğunu baz alarak Shiseido, "Optune" adında bir cilt bakım sistemi lanse etti. İçerisine entegre edilen yapay zeka ile kullanıcının günlük cilt durumunu analiz ederek cildin ihtiyaç duyduğu içeriklerden özel günlük krem hazırlıyor. Johnson & Johnson ise Neutrogena Skin360 ve MaskiD gibi birçok farklı kişiselleştirilmiş cilt bakım sistemleri piyasaya çıkardı.

**4. G-BEAUTY**
Sadeleşme akımının gün geçtikçe yayıldığı şu günlerde Almanya ayurveda dünyasından ilham alarak Sahajan, Aavrani, Umo Oils gibi çeşitli kozmetik markalarıyla dikkatleri üzerine çekiyor.

### SÜPER GIDALAR

Ruh ve beden sağlığı üstünde birçok faydası olan süper besinler şu sıralar sağlıklı yaşam dünyasının en çok konuşulan başlıklarından. Her gün yeni bir besin ismi açıklanıyor. 2020'de ise bu listeye Doğu Asya'da nesillerdir oldukça popüler olan mantar (Reishi, Cordyceps, Shiltake, Portobello ve Crimini çeşitleri), tahin, kavun tohumu, tempeh ve moringa ekleniyor.

### PARLAKLIK SEZONU

Parlatıcılar güzellik dünyasına dönüş yapıyor. Üstelik sadece dudaklarda değil, göz ve ten makyajında da yapışkan olmayan gloss ürünler uygulanıyor. Bu trendin öncüsü ise yaptığı istatiksel araştırmalar sonucu ürünlerini lanse eden güzellik dünyasının en yenilikçi markası Glossier.

TUTKULARININIZIN
MÜHENDİSLİĞİ.
YENİ BMW 3 SERİSİ.
Benzersiz tasarımı, hayata dokunan teknolojileri ve
rakipsiz performansıyla tutkularınızı harekete geçirmek için
yaratıldı. Yenilenen üstün özellikleriyle efsane BMW 3 Serisi,
mükemmelliği bir kez daha tanımlamak için
Borusan Otomotiv Yetkili Satıcıları'nda.
Sheer
Driving Pleasure
34 AGN 775
Borusan Otomotiv
İnce zevkler, yüksek standartlar.

## TEKNO-SPOR

Apple geçtiğimiz Eylül ayında amanı ve diğer önemli bilgileri bileği kaldırmadan veya ekrana dokunmadan kolayca görmeyi sağlamak için hiç uyumayan yeni Hep Açık Retina ekran özelliğine sahip Apple Watch Series 5'yi tanıttı. Kullanıcılarına adet döngüleriyle ilgili önemli bilgileri kaydetme ve takip etme özelliğine sahip bu yeni akıllı saat daha sportif ve sağlıklı bir hayata bizleri davet ediyor.

## SES BANYOSU

M.Ö 500'lü yıllarda Yunan filozofu Pisagor'un tedavi amaçlı kullandığı ses banyosu sağlıklı yaşam trendleri arasında ikinci sırada yer alıyor. Google'daki ses banyosu araması 2019'da 2018'e oranla yüzde 285 oranında artmış. Bir meditasyon çeşidi olan uygulamada amaç seslerden faydalanarak yaratıcılığı ve rahatlamayı tetikleyen Alfa, Teta dalgalarını harekete geçirmek.

## İLHAM ROTASI: TOKYO

Yaz Olimpiyatları Oyunları, 24 Temmuz-9 Ağustos 2020 tarihleri arasında gerçekleşecek. Yaklaşık 600 bin kişinin şehri ziyaret etmesi beklenirken moda dünyası da rotasını bu haberle birlikte Japonya'ya çevirdi. Harajuku sokak modası ile Sacai, Undercover, Visvim ve Neigborhood gibi modern Japon markalarının 2020'de adından söz ettirmesi bekleniyor.

Vibi
Dinleyen, anlayan, yapan zeka.
Tüm bankacılık hizmetlerinizdeki yeni sesli asistanınız Vibi,
tanışmak için sizi VakıfBank Mobil'de bekliyor.
VakıfBank, Yanındaki Güç.
VakıfBank Mobil uygulamasını indirin,
Vibi ile hemen tanışın.
Google Play
'DEN ALIN
App Store'dan
İndirin
444 0 724 | vakifbank.com.tr
VakıfBank
Burası Sizin Yeriniz
/vakifbank

Bukhari

1

Oman

1

2

## SEYAHAT TUTKUNLARINA ÖZEL

**1. DENEYİMSEL GASTRONOMİ**
Dünyanın en şık ve gösterişli lokantalarında yemek yeme modası artık "out" ve hiç beklenmedik yerlerde gerçekleşen gastronomi deneyimleri 2020'de "in". Bhutan'da yer alan Como Uma Punakha'daki Bukhari, Oman'daki Sense on the Edge ile Bask bölgesinin yıldızı Asador Etxebarri seyahatseverlere önerilen adresler arasında yer alıyor.

**2. DERLENMİŞ YOLCULUKLAR**
Millennial nesli seyyarları kendileri için özel olarak derlenmiş anlamlı seyahat turlarına yöneliyor. Hatta bu amaçla yeni nesil seyahat acenteleri de açılmaya başladı. Örneğin üyelik sistemiyle çalışan Prior üyelerine yalnız seyahatten meditasyon turuna birçok farklı seçenek sunuyor. Yeni nesil seyahat tutkunları için önerilir!

### SANAL WELLNESS

Günlük hayat karmaşasında birçoğumuz nefes almayı unutuyoruz ve ne yazık ki meditasyon merkezlerine gidecek vakti bulmak da çok zor oluyor. Bu durumu fark eden teknoloji firmaları çeşitli nefes uygulamaları geliştirdi. Kısa sürede indirme rekorları kıran Headspace, Calm, Insight Timer, Buddhify gibi uygulamalar birçok farklı zaman aralığında evde, ofiste ya da metroda uygulayabileceğiniz nefes ve meditasyon terapileri öneriyor. 2020'li yıllarda bu "virtual wellness" dünyasının daha da hızlı büyümesi bekleniyor.

### DISNEY ATAKTA

Yarım asırlık medya şirketi Walt Disney'in şu sıralar atağa geçtiğini söyleyebiliriz. Geçtiğimiz kasım ayında Disney+ adında yeni yayın platformunu lanse eden marka 2020 yılında "Mulan", "The New Mutants", "Black Widow" gibi birçok hikayeyi de beyaz perdeye uyarlayarak karşımıza çıkıyor.

swarovski.com
SWAROVSKI
#SparkDelight
İster Yaramaz ister Uslu olun, Swarovski'de çok özel bir hediye sizi bekliyor

**4000 MILES**

Her geçen gün beyaz perdeden uzaklaşan Hollywood yıldızlarının sayısı artıyor. Birçok ünlü isim streaming kanalları için özel film ve dizi çekimlerine yönelirken tiyatro sahnelerine yönelenler de var. Timothée Chalamet de bu isimlerden biri. Oscar'a aday olan yıldız Amy Herzog'un Pulitzer adayı "4000 Miles" oyunuyla Londra'da!

**UZAYA YOLCULUK**

Moda arama motoru Lyst, 2019'da yapılan aramalardan yola çıkarak 2020'de etkisini gösterecek trendleri açıkladı. Elon Musk'ın uzay yolculuğu ilhamıyla uzay çağını anımsatan holografik kumaşlar ile astronot kostümleri, XL alışveriş çantaları listenin başında yer alıyor.

Ajok Madel, Ambar Cristal Zarzuela, Anna Herrera, Ashley Radjarame.

## ÇEŞİTLİLİK YÜKSELİŞTE

2020 İlkbahar-Yaz sezonunun en önemli manşeti hiç şüphesiz çeşitlilik ve farklılık. Özellikle de podyumda boy gösteren modellerde... Güney Sudanlı Ajok Madel, Dominikli Ambar Cristal Zarzuela, Brezilyalı Anna Herrera ve Fransız Ashley Radjarame'nin ismini bir kenara not edin. 2020 yılında onların ismini sık sık duyacak ve kampanyalarda özgün görünümlerine rastlayacaksınız.

**80'LERİN IŞILTISI**

Artık ihtişamın, güzelliğin ve enerjinin yaşı yok. 60 yaş ve üstü isimler moda dünyasında her geçen gün artıyor. İkonik modeller podyumlarda karşımıza çıkarken Valentino gibi köklü modaevleri kampanyalarında Joan Collins gibi hiç beklenmedik isimlere yer veriyor.

Fotoğraf Getty Images

VERSACE

POVR HOMME

VERSACEPARFUMS.COM

# BE WELL

LOFFICIEL.COM.TR @BEWELL_TURKIYE

# STİL

## 66. MODERN ZAMAN PRENSESLERİ
Haute Couture anlayışı yenilendi.

## 94. YARATICI SAMİMİYET
Fonfique markasının kurucusu Ceylan Kolat'ın stil kodları...

## 106. OYUNA DEVAM...
Tasarımcı Alber Elbaz'ın başarılarla dolu kariyeri mercek altında.


Molly Goddard

Bere, **Academia**

Etek, **adL,** 249.90 TL

Kolye, **Tohum Design,** 2.225 TL

Pantolon, **Beymen Collection,** 700 TL

Louis Vuitton

Ceket, **Academia,** 2.800 TL

Triko, **Faik Sönmez,** 399.95 TL

Bluz, **Michael Kors Collection**

Kemer, **Ipekyol,** 259 TL

Tişört, **adL,** 99.90 TL

Küpe, **Chloé**

Çanta, **Michael Michael Kors,** 2.425 TL

Bot, **Christian Louboutin,** 4.995 Dolar

# Postal senfonisi

Başkaldırının simgesi postal adımlarının sesleri bu kış, şaşaalı silüetler eşliğinde tekrar yükselişte.

Hazırlayan TUĞÇE BAHÇIVANGİL

İŞ SANAT MÜZİK İŞ KULELERİ SALONU

biletix
ticketmaster Türkiye
biletix.com | 0850 755 55 55 | Biletix satış noktaları
Bilgi için: issanat.com.tr | (0212) 316 10 83

/ issanat | issanat.com.tr

Elbise, **Beymen Collection,** 2.100 TL

Gözlük, **Chloé**

Michael Kors Collection

Elbise, **adL,** 499.90 TL

Elbise, **Mango,** 1.199 TL

Yüzük, **Botier**

Pantolon, **adL+ Cengiz Abazoğlu,** 699.90 TL

Elbise, **Academia,** 910 TL

Küpe, **Mango,** 99.99 TL

Çizme, **Michael Kors Collection**

Bluz, **Mango,** 159.99 TL

Pardösü, **Michael Kors Collection**

# Studio 54

70'lerin ikonik gece kulübü Studio 54'e davetlisiniz; Cher, Bianca Jagger, Liza Minnelli ve siz...

SIX SENSES

KOCATAŞ MANSIONS, ISTANBUL

# İstanbul Kadar Sıra Dışı

Six Senses'ın doğadan ilham alan etkileyici felsefesi ile, kendiniz ve çevrenizle eşsiz bir bağ kuracağınız deneyimlere davetlisiniz. Sarıyer'de yemyeşil bir tabiatın içerisinde, Kocataş ve Sait Paşa Yalıları'nın tarihi dokusunu modern bir yaklaşımla harmanlayan Six Senses Kocataş Mansions, Istanbul'un sıra dışı hikayesine adım atın!

#OUTOFTHEORDINARY

www.sixsenses.com

Merkez Mahallesi, Meserburnu Caddesi No: 7 Sarıyer, Istanbul - Turkey **E** reservations-istanbul@sixsenses.com **T** +90 212 355 55 00

**I** sixsenseskocatasmansions **F** sixsenseskocatasmansions **T** sskocatas

Şapka, **Helene Berman London, Beymen,** 949 TL

Bel çantası, **Christian Louboutin,** 990 Euro

Eldiven, **Gucci,** 450 Euro

Pantolon, **Jacob Lee,** 1.959 Euro

Moschino

Trençkot, **adL**, 699,90 TL

Ceket, **Ipekyol,** 990 TL

Küpe, **Giambattista ValliXH&M,** 279 TL

Elbise, **Pinko,** 250 Euro



Çizme, **Saint Laurent,** 1.595 Euro

Ceket, **Max&Co.,** 2.789 TL

Güneş gözlüğü, **Fendi,** 3.900 TL

Çanta, **Michael Kors Collection**

Elbise, **Jacob Lee,** 1.670 Euro

# Bl□ng-bl□ng

Gold ve der□y□b□r araya get□□yor, yeraltı kültürünün □ht□şamlı tezahürüne tanık oluyoruz!

FALL - WINTER 19/20

CALIFORNIA

DREAMING

Knitss

KNITSS.COM

AKMERKEZ AKASYA

Bluz, **adL+Cengiz Abazoğlu,** 399,90 TL

Suni kürk, **Mango,** 1.199 TL

Sütyen, **Penti,** 42 TL

Versace

Kolye, **Miu Miu**

Ayakkabı, **Christian Louboutin,** 995 Dolar

Suni kürk, **Michael Kors Collection,** 6.100 Dolar

Eldiven, **Ipekyol,** 299 TL

Otriş, **Michael Kors Collection,** 650 Pound

Etek, **NetWork,** 699 TL

Etek, **Nisse,** 1.255 TL

Etek, **Carrie, frida, etc.** 850 TL

Gecelik, **Intimissimi,** 499,90 TL

# Doğaya saygılı kürk!

Saten ve kürk b□leşen□n□n yarattığı fem□nen ve □ld□alı s□üetlere kend□n□z□ hazırlayın!

TURKISH AIRLINES
Miles&Smiles

# Miles&Smiles 30. yılında 30 milyon Mil hediye ediyor!

Çekilişe katılarak her ay 100.000 Mil kazanan
30 kişiden biri olma fırsatını kaçırmayın.

30yearsofsmiles.com | 444 0 849

Küpe, **Begüm Khan,** 1.320 Pound

Etek, **Roberto Cavalli,** 3.060 TL

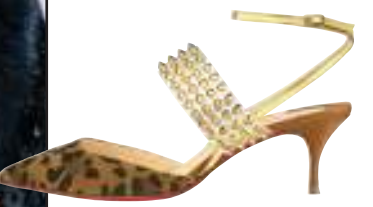
Elbise, **Michael Kors Collection**

Kemer, **Academia,** 455 TL

Saint Laurent

Tulum, **Ipekyol,** 2.900 TL

Ceket, **NetWork,** 5.799 TL



Ayakkabı, **Christian Louboutin,** 5.600 TL

Elbise, **Rasario, Beymen,** 9.300 TL

Bot, **Aquazzura, Beymen**

Elbise, **Giambattista ValliXH&M,** 999 TL

Çanta, **Christian Louboutin,** 9.950 TL

Elbise, **Michael Michael Kors,** 1.605 TL

# Geceye hazırız...

Leopar ve parıltılı siyahın buluştuğu glam stilde sezonun trendlerine atıfta bulunuyoruz.

GÜNSAL

**Tel:** 0212 292 86 20 pbx
**Web:** www.gunsal.com

# JW Anderson Anchor logo bag

İngiliz modaevi klasik-modern, yalın-iddialı gibi karşıt kavramları tek bir tasarımda sunarak bizi cezbedici bir dilemmaya davet ediyor.

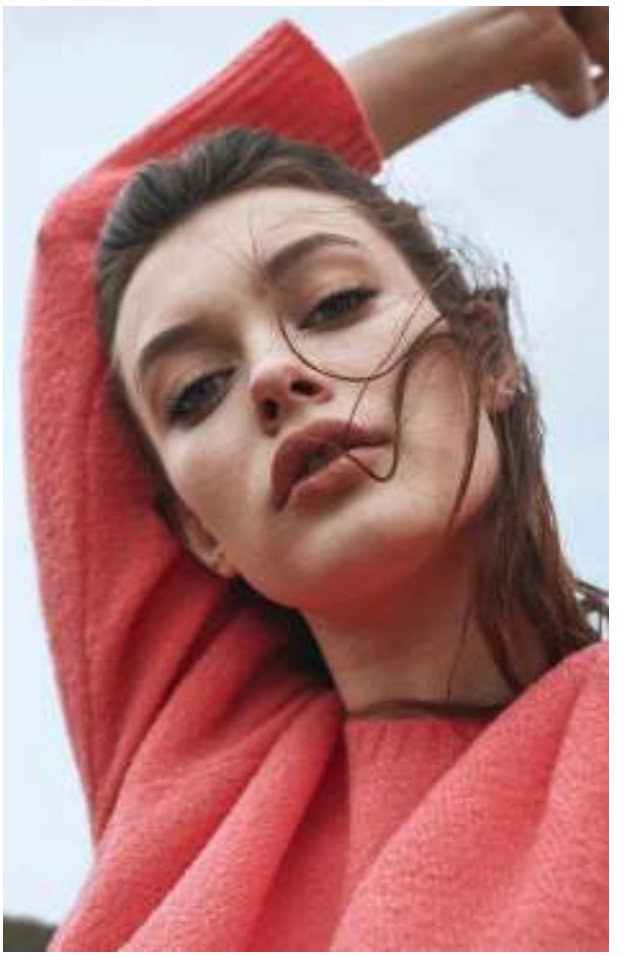
1. Pardösü, **Beymen Collection,** 1.400 TL 2. Ayakkabı, **Aquazzura, Beymen** 3. **JW Anderson** 2019-20 Sonbahar-Kış 4. Güneş gözlüğü, **Loewe,** 405 Pound 5. Kaban, **Ipekyol,** 1.550 TL 6. Çizme, **Salvatore Ferragamo,** 6.207 TL 7. Etek, **Mango,** 349,99 TL 8. Kemer, **Beymen Collection,** 799 TL 9. Çanta, **JW Anderson,** 980 Dolar 10. Pantolon, **Machka,** 795 TL 11. Pantolon, **Ted Baker,** 1.200 TL 12. Küpe, **Chloé**

**HİKAYESİ** İrlandalı tasarımcı Jonathan Anderson'ın 2008'de erkek giyim üzerine kurduğu JW Anderson modaevi 2010 yılında yaratıcılığını kadın giyim üzerinde de gösterme kararı aldığından beri her sezon dikkat çeken koleksiyonlara imzasını atıyor. Tasarımlarında maskülen ve feminen doneleri birleştirerek modern silüetler yaratan marka, The Fashion Awards gibi birçok ödüle de layık görüldü. Gerçek kadınlar için gerçek kıyafetler mottosundan yola çıkarak yarattığı koleksiyonları markanın elegan, farklı ve güçlü imajını her sezon pekiştiriyor.

**STİLİ** Markanın ikonikleşen Anchor Bag'i 2019-20 Sonbahar-Kış koleksiyonunda revize edilmiş varyasyonu ile karşımıza çıkıyor. Sezonun zincir trendinin layıkıyla uygulandığı tasarımın, sezonun yatırımlık parçalarından biri olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca markanın çapa şeklindeki JW amblemi, Jonathan'ın denizciliğe olan merakının da izlerini taşıyor. Siyah süet dokusunun üzerine yerleştirdiği gold JW monogramı ve devasa zinciri ile gold ve siyah renklerini sofistike bir yorumda buluşturuyor.

**KULLANIMI** Tasarımın en dikkat çekici kısmı olan zincir askısının deri ile olan kombinasyonu askının ayarlanabilir kılıyor. Çapraz veya omuzda kullanılabilen tasarım hem jean'le hem gece davetlerinde kullanılabilir.

Hazırlayan Tuğçe Bahçıvangil



tru.

Perfect Basics

• KÜÇÜK BEBEK CAD. NO:14/A • BAĞDAT CAD. NO:436/B •

TRUPROJECT.NET

# Derin boyut

Pilise trendi denince ilk akla gelen etek olsa da siz yine de hayal gücünüzü sınırlamayın, çünkü işler artık çok değişti!

Altuzarra
Balmain
Roberto Cavalli
Marni
Gucci

## STİL TAMAMLAYICILAR

1. Çizme, **Giuseppe Zanotti,** 1.395 Pound 2. Bluz, **Nisse,** 1.880 TL 3. Bileklik, **Calvin Klein,** 659 TL 4. Güneş gözlüğü, **Celine,** 290 Pound 5. Etek, **Vakko,** 1.295 TL 6. Elbise, **Academia,** 910 TL 7. Elbise, **Machka,** 2.795 TL 8. Etek, **Ted Baker,** 139 Pound 9. Çanta, **Salvatore Ferragamo,** 638 Pound 10. Elbise, **Mango,** 349, 99 TL

MOSCOT
FW-2019
Atölye Gözlük - 0212 277 77 67

# Kuş cenneti

Sezonun dikkat çekici trendlerinden tüy detaylar, farklı renk ve tasarım alternatifleriyle bir kuş cenneti misali uçsuz bucaksız...

Yazı TUĞÇE BAHÇIVANGİL

**Michael Kors Collection**

Sahneye ilk çıkışında birçoğumuz tarafından fazla iddialı bulunup, eleştirilerlerine maruz kalan tüy trendinin o gün böyle bir yer edineceğini söyleseler muhtemelen inanmazdık. Fakat son birkaç sezondur tasarımcıların birbirinden farklı yorumlarıyla karşılaşıyoruz ve tüyler beklenilenin aksine şu an en cool trendlerden birihalini aldı. Zamanın bu fazla şaşaalı materyali, bugün sınırlarını tekrar belirleyip, feminenliği ve daha fazlasını kapsayan bir alana sahip. Tabiik böyle güçlü bir trendin aksesuarda da kendini göstermeyeceğini düşünmek hata olurdu. Tüy trendini sezonda özellikle, çanta tasarımları nezdinde değerlendiriyor ve dikkatimiz çekenlerisizlerle paylaşıyoruz. Michael Kors Collection 2019-20 Sonbahar-Kış defilesinde bizler dönemsel bir yolculuğa çıkarmış ve 70'lerin o efsanevi Studio 54 gecelerinden birinde kendimiz bulmuştuk. Elbette defile boyunca tüy detaylı tasarımlar, o dönem hissiyatını yaratmada büyük rol oynadılar. Zincir askılı, zifiri karanlık bu MKC tasarımı omzunuzda bir kuzgun taşıyormuşsunuz hissi yaratabilir. Bir diğer koyu tonlarda tasarımlardan biri ise Christian Louboutin imzalı. Marka tüy dışında bir diğer sezon trendi olan dantele yer vererek karanlık bir romantizm etkisi yaratmış. Tercihini açık renkten kullanmak isteyenler için ise önerimiz Loefler Randall. Bir pamuk yumağı gibi bir görünüme sahip tasarım, onunla bebek konuşması yaptırabilecek kadar tatlı duruyor! Rosantica'nın tasarımı da beyaz tüylerden oluşuyor. Fakat çevresini ve askısını elmas taşlarla bezeyerek ihtişamını bir level daha artırmış.

## HİT SEÇENEKLER

**Christian Louboutin,** 1.790 Euro

**Attico,** 490 Euro

**Rosantica,** 629 Euro

**Vanina,** 194 Euro

**Loeffler Randall,** 335 Euro

# GABBRO

RESTO - BAR

Muhteşem Boğaz manzarası, müziğin farklı tonları ve
eşsiz lezzetleriyle GABBRO RESTO-BAR

**Tüm duyularınızı GABBRO'da ödüllendirin.**

gabbromacka

swissôtel THE BOSPHORUS
ISTANBUL

# MODERN ZAMAN PRENSESLERİ

**Athleisure ile sokak modasının yükselişe geçmesiyle eski büyüsünü kaybetmeye başlayan moda dünyası bu duruma bir son vermek için sihirli değneğini sakladığı yerden geri çıkarıyor.**

Yazı DEBORA ZAKUTO

Sevdiği adamın peşinden, hayallerinin şehri Paris'e giden genç bir Amerikalı kadın. Yıllardır gitmeyi arzuladığı bu şehirdeki ilk gecesinde dışarı çıkmak için büyük bir özenle hazırlanmasına rağmen sevgilisi tarafından saatlerce otel odasında bekletilir. Sonunda üstündeki göz alıcı Versace elbiseyle yatakta uyuyakalır. Gecenin geç bir saatinde sevgilisi iş toplantısından döndüğünde onun bu kabarık ve ihtişamlı elbiseyle yatakta uzanmış halini bir tatlıya benzetir, genç kadın da onun bu benzetmesine *"Evet, milföy. Bin katmanlı bir milföy."* cümlesiyle cevap verir. Ardından da birlikte katmanları saymaya başlarlar...

*"Sex and the City"* tutkunlarının daha ilk satırdan anladığı gibi bahsettiğimiz bu genç kadın Carrie Bradshaw'ın ta kendisi. Sarah Jessica Parker'ın hayat verdiği bu ikonik karakter cesur kıyafet seçimleriyle televizyon tarihinin en stil sahibi isimlerinden biri. Üstelik kendisi gündüz vakti New York sokaklarında hacimli bir tül etekle ya da Paris sokaklarında milföyü andıran bir gece elbisesiyle dolaşacak kadar abartı tutkunu biri. Ve onun bu özelliği *"Sex and the City"*nin yayın hayatına başladığı ilk günden bu yana moda dünyasına ilham kaynağı oluyor ve hatta olmaya devam edecek. 2019-20 Sonbahar-Kış sezonunda genellikle balo salonlarında görmeye alışık olduğumuz başta mille-feuille olmak üzere birbirinden farklı gösterişli ve hacimli elbiselerin hazır giyim koleksiyonlarını fethetmesi ise bunun en güzel örneklerinden. Ancak bu durum çok hoşumuza gitse de bir o kadar da beklenmedik olduğunu itiraf etmeliyiz. Uzun bir süredir athleisure ile sokak giyimin etkisi altında olan moda dünyasında Marc Jacobs, Valentino, Rodarte, Tomo Koizumu, Molly Goddard ve Mary Katrantzou gibi markaların balo salonlarından ilham alarak yaptıkları bu atılım 180 derecelik bir değişime start vermiş oldu.

### FOMO HASTALIĞININ YÜKSELİŞİ

2019-20 Sonbahar-Kış koleksiyonlarında başlayan bu değişim kısa sürede satışları da etkilemeye başladı. Global moda arama motoru Lyst'in 2019'un üçüncü çeyreğine dair yayınlandığı *The Lyst Index* raporunda sokak giyimin öncüleri Off-White ile Balenciaga moda dünyasının en çok tercih edilen iki markası olarak yer almaya devam etse de; *"En Çok Satılan On Ürün"* listesinde Bottega Veneta Padded sandalet, Jacquemus Le Chiquito mini çanta, Reformation Juliette elbise, Paco Rabanne 1969 omuz çantasının yer alması ise bunun en büyük göstergesi. Peki, athleisure'ın günlük hayatımıza kattığı konfordan bir anda bizleri uzaklaştıran ve içimizdeki giyinip süslenme arzusunu ortaya

Fotoğraf Getty Images

Saat yönünde: Sarah Jessica Parker. Dakota Johnson. "Sex and the City" filminde Carrie Bradshaw karakteri, ikonik elbisesiyle. Dua Lipa.

çıkaran neydi? Bu sorunun cevabına dair birçok farklı görüş bulunuyor. Bazıları gösterişli ve şık görünme arzumuzun arkasındaki nedenin her geçen gün artan FOMO (Gelişmeleri kaçırma korkusu) hastalığı olduğuna inanırken bazıları ise kadınların jean pantolon ve spor ayakkabılar ile kendilerini eskisi kadar feminen hissedemediklerine ya da günün her saati aynı tarz giyinmenin bizleri monoton bir hayata sürüklediğine inanıyor. Tüm bunları göz önünde bulundurduğumuzda moda dünyasının yavaş yavaş eski büyüsünü kaybetmeye başladığını söyleyebiliriz. Dünyaca ünlü tasarımcılar da bu duruma bir son vermek adına 2019-20 Sonbahar-Kış sezonunda ellerindeki sihirli değneği kullanarak hepimizi birer Sindirella'ya çevirmeyi amaçlıyorlar. Ancak podyumlarda karşımıza çıkan modern zaman prensesleri alıştığımızdan çok daha farklı bir duruşa sahipler. Ayakları yere basan, ne istediğini bilen ve onu elde etmek aiçin her türlü savaşa girecek cesarete sahip, kırılgan olmalarına rağmen bunu saklamayı çok iyi başaran, biraz isyankar, biraz da romantik bu kadınlar kıyafet seçimi yaparken ise feminen hatta Viktoryen dönemini anımsatan parçalara yönelmeyi tercih ediyorlar. Ve böylece 80'li yıllardan bu yana maskülen giyimle özdeşleşen "güçlü kadın" imajı da bu sezonla birlikte değişim gösteriyor.

**ALICE'İN HARİKALAR DİYARI**

*"Ne kadar büyük/hacimli, o kadar iyi"* mottosunun hakim olduğu 2019-20 Sonbahar-Kış sezonunda tasarımcılar moda tarihinin farklı dönemlerinden ilham alarak göz alıcı abiye parçalara imza atıyorlar. Molly Goddard, Thomas Hardy'nin *"Tess of the d'Urbenvilles"* kitabından ilham alarak pembe ya da yeşil neon ipek elbiseleri balaklava ve diz üstü çizmelerle harmanlayarak savaşçı prenseslere imza atarken Mary Katrantzou ise organza elbiseleri devekuşu tüyü ve fırfır detaylarıyla tamamlayarak Haute Couture işçiliğini hazır giyime taşıyor. Alexander McQueen'de Viktoryen dönemi; Rodarte'da 1930'lar Hollywood şıklığı; Y/Project'te Orta Çağ gösterişi; Marc Jacobs'ta 90'ların grunge akımı günümüze göz alıcı bir şekilde yorumlanıyor. Ancak hiç şüphesiz bu akımın en dikkat çekici temsilcisi New York Moda Haftası'nda ilk kez defile yapan Tomo Koizumi. Marc Jacobs, Katie Grand ve Miucci Prada mentorluğunda uluslararası moda platformuna giriş yapan Japon tasarımcı geometrik formların ve mille-feuille elbiselerin öne çıktığı birbirinden renkli tasarımlarıyla bizleri Alice'in Harikalar Diyarı'na davet ediyor. Tüm dünyanın karanlık günler geçirdiği bugünlerde tam da ihtiyacımız olan şey bu değil mi? Alice'in dünyasında Lewis Caroll'ün dile getirdiği gibi dünyayı döndüren şeyin sevgi olduğunu hatırlamak.

**Saat yönünde: Anna Dello Russo. Y/Project 2019-20 Sonbahar-Kış. Kendall Jenner, Giambattista Valli Loves H&M podyumunda, 2019. Brie Larson. Sol sayfada: Adwoa Aboah. Charlize Theron. Jennifer Lopez.**

# Güçlü köklere saygı duruşu

**Clare Waight Keller, Givenchy'nin yeni koleksiyonu için ilhamını markanın köklerinden alırken, Couture dünyasının çekici ruhunu hazır giyime taşıyor.**

Yazı DİLRUBA KARAKÖSE

Portfolyosuna Calvin Klein, Ralph Lauren, Gucci ve Chloé gibi oldukça önemli markaları sığdıran Clare Waight Keller, Riccardo Tisci'den bayrağı devralarak Givenchy'nin ilk kadın kreatif direktörü olmuştu. 2017'den beri de bu görevinde çok başarılı koleksiyonlara imza atıyor. Sussex Düşesi'nin gelinliğini tasarlaması ve 2018'de *British Designer of the Year Womenswear* ödülü sahip olması da kariyerindeki önemli anların başında geliyor. Şimdi de sırada Givenchy için tasarladığı özel bir kapsül koleksiyon var. Zamansızlığın moda dünyası için daha da anlamlığı olduğu günümüzde markanın köklerinden ilham alınarak hazırlanan *"Givenchy Atelier"*, cezbedici Couture tekniklerine sadık kalarak bu el işçiliğini ve tasarım anlayışını hazır giyime adapte ediyor. Hem erkekler hem de kadınlar için parçaların yer aldığı koleksiyonda, keskin çizgilere sahip pantolonlar ve ceketler, dantel işlemeli blazer, tül detaylı bluz ve ayrıca siyah elbiseler yer alıyor. Couture ihtişamı sadece kıyafetlerde kendini göstermiyor üstelik. Özel üretilen deri ve dantel karışımı stiletto, şıklığın bir yansıması olurken, adeta bir kuşun kanatlarını andıran detaylara sahip naylon çanta, Givenchy'nin yaratıcı yönünün bir kanıtı. *Givenchy Atelier* koleksiyonuna Bergdorf Goodman'ın internet sitesinden ve modaevinin New York Madison Avenue mağazasından ulaşmak mümkün.

İstinyePark mağazamızı keşfetmeye davetlisiniz.

# BEE GODDESS

101 Walton Street, London - Baku
İstinyePark - Akmerkez - Akasya, İstanbul
Yalıkavak Marina, Bodrum - Hillside Beach Club, Fethiye

beegoddess.com

# UZAYA YOLCULUK

**Her geçen gün artan küresel ısınmadan dolayı altıncı büyük yok oluşun sınırında yer alan dünyadan biraz uzaklaşarak uzay yolculuğuna çıkmaya ne dersiniz? Space Age akımının güçlü temsilcilerinden Paco Rabanne, Julien Dossena kreatif direktörlüğünde yeniden yükselişte.**

Yazı DEBORA ZAKUTO

Vanessa Hong

Greta Thunberg'in geçtiğimiz eylül ayında gerçekleşen Birleşmiş Milletler (BM) iklim zirvesindeki konuşması hala dün gibi akıllarda. Dünyanın altıncı büyük yok oluşunun ortasında olduğunun altını çizen 16 yaşındaki aktivist liderlere iklim değişikliği için harekete geçmedikleri için kızgınlığını *"Boş sözlerinizle çocukluğumu ve hayallerimi çaldınız. Ben yine de şanslı çocuklardan biriyim. İnsanlar ölüyor, ekosistemimiz çöküyor, kitlesel yok oluşla karşı karşıyayız ama siz sadece para ve ekonomik büyümelerinizden bahsediyorsunuz. Bu ne cesaret."* sözleriyle dile getirdi. Arkadan gelen yeni nesil alışagelenden çok daha bilinçli ve en büyük arzuları içinde yaşayabilecekleri bir dünyaya sahip olmak. Ancak küresel ısınma dünya tarihindeki en kritik dönemini yaşıyor. Ve eğer önümüzdeki beş yıl içerisinde harekete geçilmezse Thunberg'in belirttiği büyük yok oluş meydana gelecek. Bu nedenle de başta SpaceX şirketinin kurucusu Elon Musk olmak üzere birtakım kitle yine gözlerini kaçış rotası olarak uzaya çevirdi. Tıpkı 60'lı yıllarda olduğu gibi...

### UZAY ÇAĞI'NIN ÜÇ SİLAHŞÖRLERİ

Özgürlük rüzgarlarının en hızlı estiği, gençlerin yükselişe geçtiği, yaratıcı beyinlerin dünyayı yönetmeye çalıştığı, tarihin en renkli dönemlerinden 60'lı yılların ruhunu NASA'nın uzay çalışmaları yönlendiriyordu. Uzaya yapılan roket atışları tüm dünyanın nefesini

Fotoğraf Getty Images

Saat yönünde: Paco Rabanne 1969 İlkbahar-Yaz. Paco Rabanne 2020 İlkbahar-Yaz. Paco Rabanne 2019-20 Sonbahar-Kış.

kesiyordu. 1961'de Gagarin'in dünya çevresinde yaptığı yolculuk, 1963'te Valentina Tershkoba'nın *Challenger* uzay mekiği ile uzaya çıkması, 1968'de *Apollo 8* astronotu William Anders'in uzayda çektiği tarihi dünya fotoğrafı ve 1969'da Nail Armstrong'un *Apollo 11* ile yaptığı yolculuk sonrası uzaya ayak basan ilk isim olması döneme damgasını vurmuştu. Onlar gibi evreni keşfetme olasılığıyla 60'larda gençlerin kalbi de heyecandan pır pır ediyordu. Bu ruh hali de popüler kültür ile sanat dünyasını etkisi altına almaya başladı. Hollywood arka arkaya bilim kurgu filmlerine imza atarken dönemin yükselen tasarımcıları ise uzay yolculuklarından ilham alarak hazırladıkları koleksiyonlar ile Space Age akımını ortaya çıkardılar. André Courrèges'in PVC ve plastik gibi materyallerle hazırladığı A kesim silüetlerdeki tasarımlarıyla sofistike astronot kostümleri, Pierre Cardin'in transparan parlak vinil elbiseleriyle deri şortları ve uzay şapkaları, Paco Rabanne'ın tamamı altın plakadan hazırlanan askılı elbiseleri ise bu akımın öne çıkan örnekleri arasında. Dönemin bu üç silahşörleri arasında bugün sadece Paco Rabanne, genç tasarımcı Julien Dossena sayesinde moda dünyasındaki varlığını sürdürmeye devam ediyor.

Moda sektörünün daha yeni oluştuğu ve kurallarının yeni belirlendiği 60'lı yıllarda Paco Rabanne (Francisco Rabaneda Cuervo), Hollywood ve bilim kurgu dünyasının fütüristik duruşunu romantik Parizyen şıklığıyla harmanlanarak döneme yepyeni bir akım getirdi. Givenchy, Dior ve Balenciaga gibi isimlerin yanında çalıştıktan sonra kariyerine farklı bir yönde devam etmek istediğine kararak vererek kendi markasını kuran İspanyol tasarımcı yenilikçi duruşuyla kısa sürede farkını ortaya koydu. Onun için yenilikçik, farklı materyaller kullanmaktan geçiyordu. Bu anlamda birçok çalışmaya imza atan Rabanne kariyerinin ilk günlerinde tasarımlarında kağıt ve renkli yapışkan bantlar kullanırken daha sonra yarı saydam plastik, parlak alüminyum ve soğuk zincirler kullanmaya yöneldi. Her ne kadar Coco Chanel onun bir Haute Couture tasarımcıdan çok metal ustası olduğuna dair eleştirilerde bulunsa da, tasarımcının 1966 yılının Şubat ayında Paris'te tanıttığı *"Çağdaş Materyallerin 12 Giyilemez Elbise"* adlı moda manifestosu bugün hala moda tarihinin ikonik koleksiyonları arasında yer alıyor.

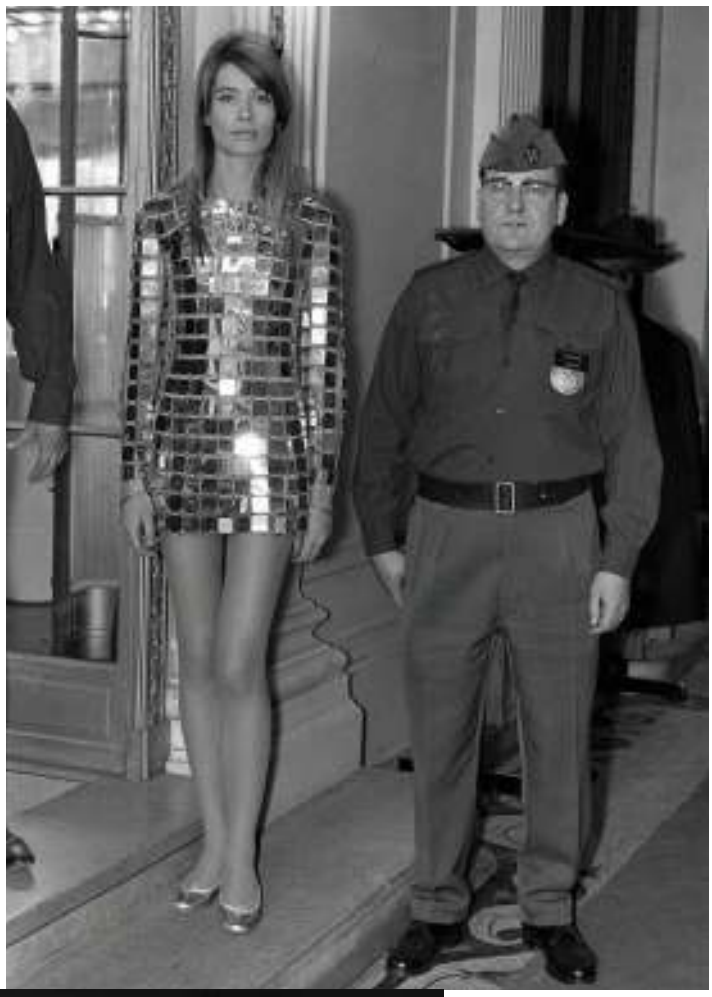
**GARİP, RADİKAL VE BİRAZ DELİ**

Moda dünyasındaki ilk ve tek, tek kullanımlık elbiseler hazırlayan kişi olarak da bilinen Paco Rabanne bu farklı duruşuyla dönemin yıldızlarının da radarına girmeyi başardı. Kullanılan materyallerden dolayı moda tarihinin en ağır parçası olma özelliğine sahip Audrey Hepburn'ün *"Two For The Road"* filmindeki metal elbisesi, Jane Fonda'nın *"Barbarella"* kostümleri, Brigitte Bardot'nun zincirli demir elbisesi, Jane Birkin'in eşi Serge Gainsbourg ile ikonik fotoğraf çekimindeki uzay elbiseleri, Françoise Hardy'nin 1000 altın plaka ve 300 karat pırlantadan oluşan altın elbisesi 60'lı yıllara damgasını vurdu. Bugün Puig Group bünyesinde markanın kreatif direktörlüğünü gerçekleştiren Julien Dossena, Paco Rabanne dünyasını *"Garip, radikal, entelektüel ve biraz deli."* sözleriyle tanımlıyor. Kendisinin en büyük amacı da yok olmaya yüz tutmuş bu ikonik stili günümüze uyarlayarak millennial gardırobuna sokmaktı. Ancak bunu mentoru Nicolas Ghesquière'nin ona verdiği *"Basında yer almak çok zordur ve bu sektördeki kişi bu başaramıyor. Ancak bir kere basında yer aldın mı, ondan sonra başarısız olursan bir daha onların gözünde adını temize çıkarman neredeyse imkansız."* tavsiyesinden yola çıkarak 2014'ten bu yana göz önünde olmadan, kapalı kapılar ardında gerçekleştirmeyi tercih etti. İşin uzmanlarından geçer not aldıktan sonra ise 2019-20 Sonbahar-Kış sezonu ile birlikte Paco Rabanne'da ikinci baharın başladığını resmen ilan ederek markayı küllerinden doğuran genç bir yıldız olarak sahneye çıktı.

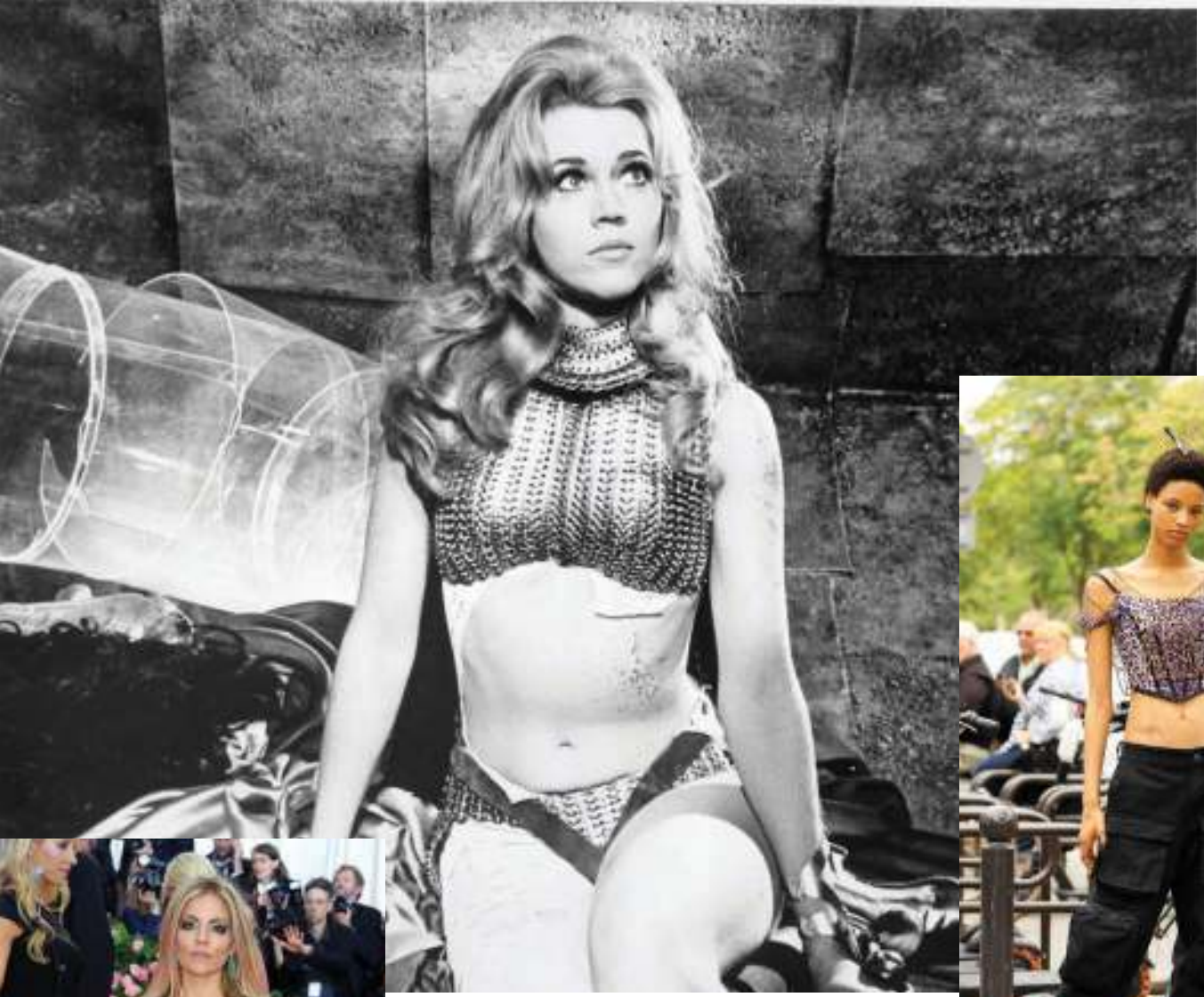
Günümüz Paco Rabanne koleksiyonunun merkezinde modernlik yer alıyor. Ancak fiziksel değil, daha çok ruhsal bir modernlik söz konusu. Bu bağlamda çocukluk yıllarında okuduğu İtalyan çizgi romanlardaki kadın kahramanlardan ilham alan Julien Dossena hazırladığı koleksiyonlarda yaptığı işlerle adlarından söz ettiren, şahsına münhasır bir stile ve duruşa sahip, modern, korkusuz ve aynı zamanda ayakları yere basan kadın imajına yer veriyor. Ayrıca genç tasarımcı millennial nesline giden yolda tasarımların şık olduğu kadar kullanışlı olması gerektiğine inanıyordu. Haklıymış da! Paco Rabanne'ın büyük ses getiren sofistik ve grunge bir duruşa sahip 2019-20 Sonbahar-Kış koleksiyonunda spor giyimden kusursuz terziliğe, payetli pantolonlardan işlemeli ya da desenli elbiselere, likit baskılı kadifeden suni piton baskısına, barok kesimlerden militer ceketlere

**GÜNÜMÜZ PACO RABANNE KOLEKSİYONUNUN MERKEZİNDE MODERNLİK YER ALIYOR. ANCAK FİZİKSEL DEĞİL, DAHA ÇOK RUHSAL BİR MODERNLİK SÖZ KONUSU.**

Fotoğraf Getty Images



Saat yönünde: Francoise Hardy, Paco Rabanne elbisesiyle, 1968. Sita Abellan, Paco Rabanne 2020 İlkbahar-Yaz defilesinde. Audrey Hepburn "Two for the Road" filminde Paco Rabanne elbiseyle, 1967. Paco Rabanne Haute Couture 1993 İlkbahar-Yaz. Paco Rabanne 1978 İlkbahar-Yaz.



Saat yönünde: Jane Fonda "Barbarella" filminde Paco Rabanne kostümüyle. Paco Rabanne 2020 İlkbahar-Kış. Tasarımcı Paco Rabanne, 1968. Paco Rabanne Haute Couture 1988-89 Sonbahar-Kış. Sienna Miller Paco Rabanne elbisesiyle, 2019.

Fotoğraf Getty Images

birbirine zıt modern ve kullanışlı parçalar son zamanlarda kırmızı halıdan şehir sokaklarına her yerde karşımıza çıkıyor. Üstelik Kelela, Rihanna, Priyanka Chopra, Rosie Huntington-Whiteley, Kim Kardashian, Emily Ratajkowski gibi yıldızların üstünde. Ayrıca desenli anvelop etekler, bu yıl 50. yılını kutlayan markanın ikonik metal plaka çantalar, metalik elbiseler ve logolu tişörtler son zamanların en "Instagram'lanabilir" parçaları olarak sokak modasını hükmetmeye başladı bile. Peki, 1999 yılında Paco Rabanne'ın emekli olmasıyla birlikte hazır giyim sektöründeki gücünü kaybeden markayı küllerinden doğan bu genç kim?

**MODA DÜNYASINDA YÜKSELEN GÜÇ**

Britanya'nın La Puldu adlı küçük bir kasabasında doğup büyüyen Julien Dossena'nın modaya olan ilgisi şehre tatile giden arkadaşlarının kendisine aldığı i-D, The Face ve Dazed & Confused gibi alternatif moda dergilerine bakmasıyla başlamıştı. Küçük yaştan beri amatörce doğa resimleri çizen genç tasarımcı bu moda dergilerinden aldığı ilhamla kendi tasarımlarını çizmeye başladı. Etrafındakilerden bu çizimlere yaptığı yorumlardan aldığı güçle de Brüksel'de La Cambre görsel sanatlar okulunda moda eğitimi aldı. Mezuniyeti esnasında hazırladığı ilk koleksiyonla (2006) ise Hyères Uluslararası Moda ve Fotoğrafçılık Festivali'nde özel jüri ödülünün sahibi oldu. Bu ödül sayesinde Fransız iç giyim markası Etam'da çalışma şansına sahip olsa da onun asıl hayali Balenciaga'da dönemin kural yıkan genç ismi Nicolas Ghesquière ile çalışmaktı. Bu hayalini gerçekleştirmek için ailesinden bir süre daha ona maddi destek vermelerini istedi. Ve Etam'da çalışmak yerine buyer Maria Luisa Poumaillou'nun yardımıyla iş hayatına en aşağıdan, Balenciaga'da Natacha Ramsay-Levi'nin ekibinde stajyer olarak çalışmaya başladı. Tasarımcının Balenciaga'daki kariyeri 2012 yılında Ghesquière'nin ayrılışına kadar devam etti. İlk önce Atto adında bir marka kurdu, daha sonra Paco Rabanne için freelance çalışmalar yapmaya başladı. Ekipte tasarımlarının ses getirmesiyle Puig Group yöneticileri büyük bir beklentiyle kendisini 2014 yılında markanın kreatif direktörü görevine getirdi. Dossena'nın bu görevde tek bir amacı vardı: O da satış rekorları kıran Black XS ve 1 Million parfümleriyle yeni neslin aşina olduğu kozmetik markasını yeniden hazır giyim sektöründeki başarılı oyunculardan biri haline getirmekti. 2019-20 Sonbahar-Kış koleksiyonunun yarattığı etki göz önünde bulundurulduğunda görevini en iyi şekilde inşa ettiği kanıtlanıyor. Ancak Julien Dossena daha yolun çok başında olduğunu belirtelim. Paco Rabanne sadece kadın kategorisinde değil, hem erkek hem de renkli kozmetik alanında güçlü bir oyuncu olmaya aday.

EKİPTE TASARIMLARININ SES GETİRMESİYLE PUIG GROUP YÖNETİCİLERİ BÜYÜK BİR BEKLENTİYLE JULIEN DOSSENA'YI 2014 YILINDA MARKANIN KREATİF DİREKTÖRÜ GÖREVİNE GETİRMİŞTİ. 2019-20 SONBAHAR-KIŞ KOLEKSİYONUNUN YARATTIĞI ETKİ GÖZ ÖNÜNDE BULUNDURULDUĞUNDA İSE TASARIMCININ, GÖREVİNİ EN İYİ ŞEKİLDE İNŞA ETTİĞİ KANITLANIYOR.

www.elleshoes.com

Sonbahar / Kış
2019 / 2020

# Büyülü zamanlar

**Metropolitan Sanat Müzesi, Costume Institute ile 2020'de gerçekleşecek serginin heyecanla beklenen temasını açıkladı. Önümüzdeki mayıs ayında "About Time: Fashion and Duration" teması ile moda dünyasının büyülü tarihinde zaman yolculuğuna çıkacağız.**

Yazı ILGAZ GÖKIRMAKLI

Moda dünyasının görkemli etkinliği MET Gala için hazırlıklar başladı. Her sene bir tema etrafında şekillenen etkinlik, konukların kırmızı halı görünümleriyle moda dünyasının dikkatini üzerine çekmeyi başarıyor. Her sene mayıs ayının ilk pazartesi günü Metropolitan Sanat Müzesi'nde gerçekleşen sergi için 2020 yılı, her zamankinden biraz daha önemli. Zira etkinlik, 2020'de 150. yaşını kutlayacak. Sürpriz isimler ve şovlar ise bizleri bekleyen heyecan verici haberler arasında.

"The Clock", Sarah Moon, 1999 (Üstte). "Surreal" David Bailey, 1980 (Solda).

**18. yüzyıldan günümüze...**

Merakla beklenen serginin 2020 teması ise *"About Time: Fashion and Duration"* başlığı olarak belirlendi. Moda tarihine kapsamlı bir bakış sunmayı planlayan temanın ilham kaynağı ise Virginia Woolf'un romanından beyazperdeye uyarlanan Sally Potter imzalı film olan *"Orlando"*. Metropolitan Museum of Art's Costume Institute direktörü Andrew Bolton temanın ilham anını şöyle anlatıyor: *"Tilda Swinton'ı üzerinde 18. yüzyıldan kalma Fransız bir bornozla bir labirentin içine girerken görüyoruz. Koşmaya başladığı sırada 19. yüzyılın ortalarında tasarlanmış bir elbiseye dönüşüyor üzerindeki bornoz ve bu elbiseyle 1850'lerin İngiltere'sinde alıyor soluğu. İşte bu sahne 2020 MET Gala konusunun temel fikrini oluşturuyor."*

Sergi, 7 Mayıs 2020 tarihinde kapılarını açacak ancak 4 Mayıs'ta gerçekleşecek gala ise etkinliğin en merak edilen anı. Galada 1870'den günümüze 160 parçalık bir arşiv sergilenecek. Moda ve sanatı buluşturan gecenin ev sahipleri ise oyuncu Emma Stone, *"Hamilton"* oyununun yaratıcısı Lin-Manuel Miranda, üç Oscar'lı Meryl Streep ve Louis Vuitton'un dahi kreatif direktörü Nicolas Ghesquière olacak. Moda tarihinin değişimini gözler önüne seren sergiyi ve elbette gala gecesi ünlü isimlerin kırmızı halı görünümlerini büyük bir merakla bekliyoruz.

# *HER AN YANINDA*

**Rahat olduğu kadar şıklığı da marka DNA'sına eklemiş olan Night and Mild, pek çok parçasıyla ev giyiminin vazgeçilmezi konumunda. Detaylar ise kurucusu Özge Nam ile yaptığımız röportajda...**

**Night And Mild sizin için ne ifade ediyor?**
Night And Mild, evdeki şıklığı en kaliteli kumaşlarla ve en rahat kalıplarla kişilere sunmayı ifade ediyor. Markamızı oluştururken 1,5 senelik bir araştırma sürecimiz oldu, kalıplar defalarca değişti, çeşit çeşit kumaşlar bulundu, hangi kalıba hangi kumaşın olabileceği çalışmaları yapıldı ve sonrasında klasik parçalardan oluşan ilk koleksiyonumuz ortaya çıktı.

**Neden ev giyimi üzerine yoğunlaştınız?**
Ev, kişinin kendi olabildiği, en güvende hissettiği yerdir diye düşünüyoruz ve biz de ürünlerimizle bu alanda insanlara eşlik etmek istedik.

**İlham kaynağınız neler?**
Doğa ve doğallık en büyük ilham kaynağımız. Öncelikle kendimizin her zaman giymeyi tercih ettiği modelleri oluşturuyoruz, sonrasında içerisinde mutlu hissettiğimiz kumaşları seçiyoruz. Modellerle, kumaşların eşleşmesini yapıyoruz ve üretime başlıyoruz.

**Night And Mild hangi parçaları bünyesinde buluşturuyor?**
Pijama, gecelik ve sabahlıktan oluşan ev giyim koleksiyonumuzla birlikte, bornozlar ve seyahatlerinizde yanınızdan ayırmak istemeyeceğiniz, içinde kendi terliği de olan kozmetik çantalarımız var. Bir de tabii vazgeçemediğimiz basic tişört, pantolon ve takımlarımız var.

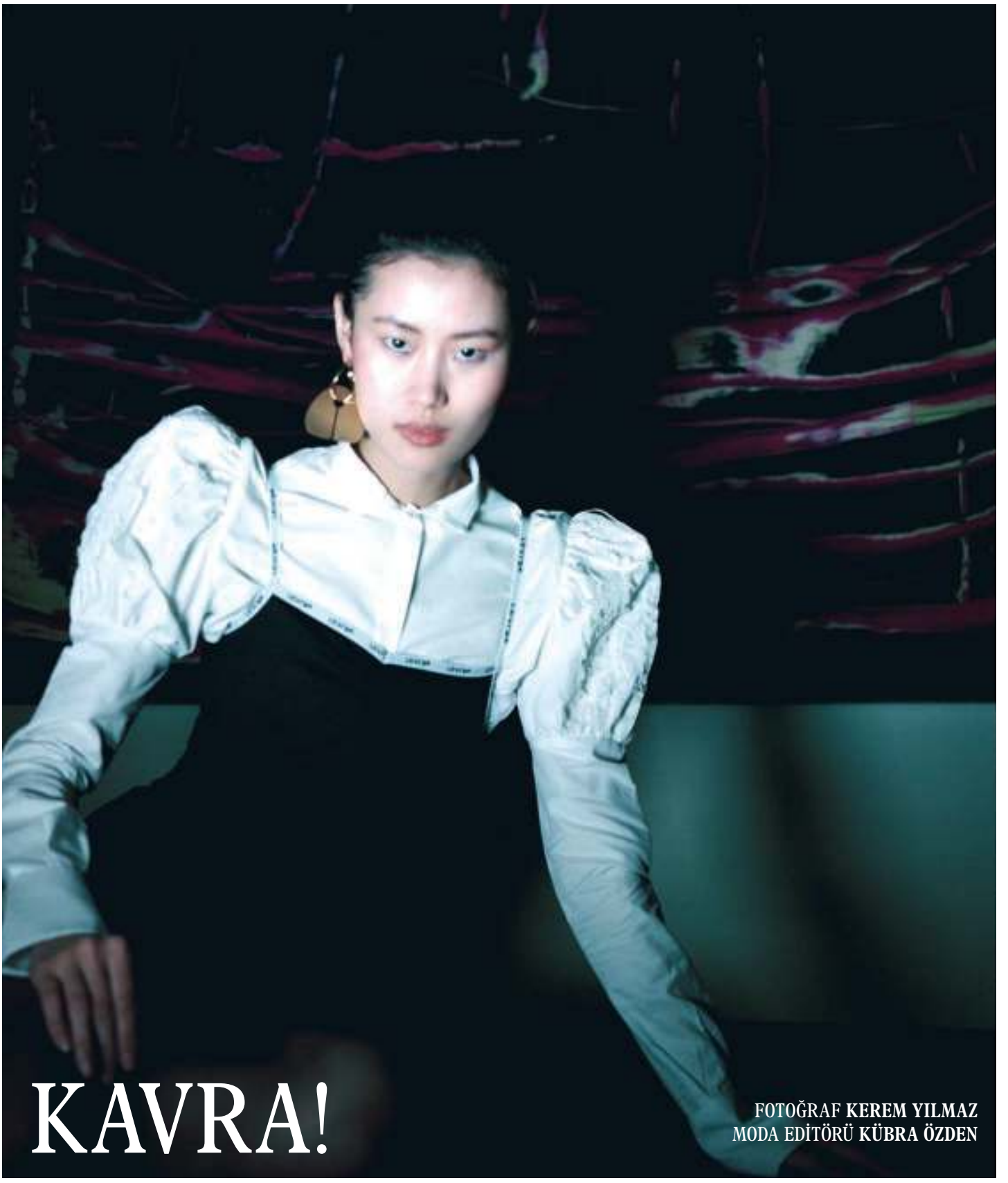
**Takımlarınızı birbirleriyle eşleştirmek mümkün mü?**
Şu an takımlarımızı sadece var olan şekilde sunuyoruz; fakat önümüzdeki sezon mix&match yapmak için çalışmalara başladık.

**Kimono ve bolerolara da yer veriyorsunuz. Bunları tasarlarken hem evde hem de dışarıda kullanılabilmesine öncelik verdiniz mi?**
Modellerin tasarımlarını yaparken aslında sadece eve odaklanmıştık. Fakat ortaya çıktıkça dışarıda kullanımın da tercih edildiğini fark ettik. Şu anda kimono ve bolerolarımız dışında pijama takımlarımızın gömleklerini de pantolonlarıyla kombinleyen müşterilerimiz var.

**Kumaş seçimleriniz nasıl?**
Kumaşların doğal ve yumuşak olmasına, terletmemesine, batmamasına dikkat ediyoruz. Kumaşlarımızın geneli %100 pamuk ve keten, vegan sertifikalı çevre dostu kumaşlar da kullanıyoruz.

**Ürünlerinizin sınırlarını genişletecek misiniz?**
Çok yakında web sitemizde ev giyimin yanında bizim çizgimize uyan markalarla oluşturduğumuz ev dekor ürünleri de yer alacak.

Dik yaka bluz, **WANDERING V2K DESIGNERS,** 3.895 TL
İç çamaşırı, **PENTİ,** 69,95 TL
Kıvrımlı yaka detaylı ceket, **SANDRO,** 775 TL



# KAVRA!

FOTOĞRAF **KEREM YILMAZ**
MODA EDİTÖRÜ **KÜBRA ÖZDEN**

Sezonun vücudu saran underwear parçaları, blazer ceketler ve hareketli bluzlar ile bir araya gelerek feminenliği vurdumduymazlıkla taçlandırıyor. Kendinden emin kadınlarla bu kış, bir kez daha estetik algı kazanıyor!

Doku Tıp Merkezi'ne teşekkürler.

Karpuz kol gömlek, **WANDERING, V2K DESIGNERS,** 6,950 TL
Naylon bodysuit, **LEVI'S,** 159,90 TL
Gold küpe, **LOUIS VUITTON,** 2.210 TL

Kruvaze ceket, **VAKKO,**
3.295 TL
Dik yaka bluz,
**FREE PEOPLE,**
**VAKKORAMA,** 556 TL
iç çamaşırı, 79.95 TL,
çorap, 19,99 TL, **PENTİ**

İpek işlemeli gömlek, **AMERICAN VINTAGE.** Püsküllü bot, **MARNI.** İpek fırfırlı gömlek, **DIOR.**

Fırfır detaylı gömlek, **C/MEO COLLECTIVE, VAKKORAMA,** 1.395 TL
İç çamaşırı, 69.95 TL,
çorap, 19.99 TL, **PENTİ**
Deri ayakkabı, **MANGO,** 199,99 TL

Sağ sayfada: Kaşe palto, **AREA, V2K DESIGNERS,** 13.450 TL
Deriğ bot, **MANGO,** 399,99 TL

Saç: Talat Kıvrak
Makyaj: Barış Yılmaz
Model: Xian, Option Management İstanbul
Fotoğraf asistanı: Yusuf Erol

**Sway** With Us,
Stay **With Us.**
444 0 409 | www.swayhotels.com | swayhotels

PALANDÖKEN

SWAY
HOTELS

# Geleceğin tasarımcısıyla tanışın...

**CFDA/Vogue Fashion Fund kazananı Christopher John Rogers, renkli ve iddialı dünyasına şimdiden pek çok parçayı dahil etmiş durumda. Hayranları arasında ise en başta Rihanna geliyor.**

Yazı DİLRUBA KARAKÖSE

Genç yeteneklere sunduğu desteklerle moda dünyası, her geçen gün sınırlarına yeni tasarımcılar dahil etmeye devam ediyor. Bu konuda kuşkusuz en iddialı program ise *CFDA/Vogue Fashion Fund*. Amerikan tasarımcıların bu sektörde seslerini daha çok duyurabilmelerine ve yeteneklerini sergileyebilmelerine yardımcı olmak amacıyla 2003 yılında kurulan ve her sene düzenlenen *CFDA/Vogue Fashion Fund*, para ödülünün yanı sıra sektörün ileri gelenlerinin sunduğu bir mentorluk programı da içeriyor. Yani modayla ilgilenen ve eşsiz fikirlere sahip yeni bir tasarımcının, en çok hayalini kurduğu şeylerden biri demek pek de yanlış olmaz bu program için. 2019'da ise *CFDA/Vogue Fashion Fund*'u kazanarak 400 bin dolarlık ödülün sahibi Christopher John Rogers oldu. Paul Andrew, Altuzarra, Alexander Wang, Prabal Gurung, 3.1 Phillip Lim, Rodarte ve Thom Browne gibi geçmişte bu ödüle layık görülen tasarımcı ve markaların arasına katılan Rogers, henüz 24 yaşında ancak çoktan kendisine geniş bir hayran kitlesi edinmiş durumda.

Fotoğraf Getty Images

Baton Rouge'da doğup Brooklyn'de büyüyen ve 2016 yılında *Savannah College of Art and Design*'dan mezun olarak kariyerine başlayan genç tasarımcının Rihanna'dan Tracee Ellis Ross'a, Michelle Obama'dan Cardi B'ye ünlüler dünyasında da pek çok müdavimi var. Gelelim Christopher John Rogers'ı nelerin farklı kıldığına. En başta canlı renkler onun dünyasının olmazsa olmazlarından. Buna abartılı sayılabilecek kesimler de eklendiğinde, Christopher John Rogers için mükemmel bir parçanın formülü ortaya çıkıveriyor. Hacimli, fırfır ve tüy detaylarıyla gösteriş gücünü artıran gece elbiseleri sayesinde tasarımcı, terzilik anlayışını da kanıtlıyor. Rogers çeşitliliğe önem vererek her yaş ve etnik kökene sahip kadınlar için tasarımlar üretiyor. Lüks modanın tüm kadınlar için erişilebilir olduğunu kanıtlaması da oldukça dikkat çekici. New York Moda Haftası kapsamında tanıttığı yeşil, sarı, pembe ve turuncu gibi canlı tonların hakimiyeti altındaki 2020 İlkbahar-Yaz koleksiyonu da bir hayli beğenildi. Gelecekte eminiz ki kırmızı halı törenlerinde Christopher John Rogers'ın adını çok daha fazla duyacağız.

**Christopher John Rogers henüz 24 yaşında bir tasarımcı olmasına rağmen, güçlü ve yaratıcı stiliyle moda dünyasında şimdiden sağlam bir yer edindi bile!**

# YARATICI SAMİMİYET

## İllüstrasyon eğitimi alan Ceylan Kolat markası Fonfique'in 5. yılını, yeni ilham kaynaklarıyla karşılıyor. Biz de tasarımcının eğlenceli evine konuk oluyoruz.

Yazı GAMZE BİRAN
Fotoğraf MERVE AĞAZAT

**Ayakkabı, Gucci. Maymun figürlü biblo, Seletti**
**Çanta, Gucci. Kadehler, H&M Home**

Güne Ceylan'ın Ulus'taki yeni taşındığı evinde başlıyoruz. Kapıyı açtığında kocaman gülümsemesi ve evi dolduran güneş ışığı karşılıyor bizi… Evdeki bitkiler, duvarlardaki botanik çizimler, hayvan figürlü eşyalar bize tam olarak Fonfique'in dünyasında olduğumuzu anlatıyor. Tüm çizimlerini kendi yaptığı markası Fonfique'in 5. yılını kutlarken Ceylan'ın stilini mercek altına aldık ve merak ettiklerimizi konuştuk.

### MODA DÜNYASI

Her küçük kız gibi kıyafetlere düşkündüm. Etek seçerken, dönerken uçuşuyor mu diye kontrol ederdim. Annem gibi giyinmeyi çok severdim, hatta aynı blazer ceketimiz altına puantiyeli eteğimiz vardı. Altında da fiyonklu babetimiz vardı. Modayla ilgili en eski hatırladığım anım, bu kıyafetle dolaşırken hissettiğim mutluluk…

### STİLİ ÜZERİNE

Renkli giyinmeyi severim, dolabımda bol bol etek ve elbiseyle karşılaşabilirsiniz. Fırfırlı, nakışlı, işlemeli ürünlere bayılırım. Kış aylarında sıcak tutan kazaklar giymeyi, yazın desenli elbiselerle dolaşmayı seviyorum. Yıllar geçtikçe ve gün içindeki koşturmalarım arttıkça, rahatıma daha düşkün oluyorum. Son yıllarda spor ayakkabıların yükselişi beni çok mutlu ediyor.

### TASARIM SERÜVENİ

Fonfique 2014 yılında kuruldu. Aslında ismi çok uzun

Küpe, Mila + Bijoux
Triko, ve etek,
Max&Co
Çizme,
&Other Stories

Ayakkabılar, Chanel
Kutular, Ikea

Suluboya Ekipmanı!
Sağ eldeki yüzük,
Melis Göral
sol eldeki yüzükler:
Küçük parmak,
annesinden yadigar.
Yüzük parmağı,
Padme Design
Orta parmak,
annesinden yadigar.

Tabaklar, Fonfique
Turuncu küpe,
Hindistan
Jaipur'dan
İnci küpe, Melis
Göral
Maymun küpe,
annesinden yadigar
Yeşil küpe, Padme
Design
Halka küpe, Melis
Göral

Küpe, Melis Göral
Kazak, Zara
Pantalon, Topshop
Ayakkabı, Prada

süredir belliydi ama içeriğini oluşturmam için biraz tecrübeye ihtiyacım vardı. Fonfique benim iç dünyamın dış dünyayla buluşması. Benim için çok önemli bir paylaşım.

Kendime örnek aldığım, güçlü kadınların Fonfique kullanması beni çok mutlu ediyor. 2020'de, yeni çıkardığımız Fonfique Home ürün grubunu genişletmeyi hedefliyoruz. Ayrıca heyecan verici yeni iş birliklerimiz olabilir.

Ben ilhamımı genelde doğadan alıyorum. Yapraklardan, hayvanlardan, doğanın kendi içindeki döngüsünden… Ayrıca gezdiğim müzelerden, tanıştığım insanların hayata bakış açılarından, kitaplardan, renklerden ilham alıyorum.

**ALIŞVERİŞ ROTALARI**

En sevdiğim markalar &Other Stories, Sezane, Frankie shop ve tabii ki Zara. Ayrıca Londra'daki Modern Society ve Inspitalfields, Paris'teki Nous ve Milano'daki Antonia mutlaka uğradıklarımdan…

**DEKORASYON**

Evde zaman geçirmeyi çok seven biri olduğum için yaşam alanım benim için çok önemlidir. Sakin yerlerde yaşamayı seviyorum. Kitaplarım ve çizimlerim arasında keyifli vakit geçirip günün yorgunluğunu atıyorum. Kelly Wearstler'i ve Merve Kahraman'ın mobilya tasarımlarını çok beğeniyorum.

Küpe, Melis Göral
Elbise, Zara
Bot, &Other Stories

Çantalar, Fonfique
Gözlük, Illesteva
Mug, Sır Seramik

Kutu, Wedgwood
Eşarp, Hermès

**Ceylan'ın hit listesi**

**Dönem:** 90'lar
**Seyahat rotası:** Londra
**Tasarımcı:** Alessandro Michele
**Stil ikonu:** Margherita Missoni
**Hayat mottosu:** "Süreç sonuçtan daha değerlidir."
**Parfüm:** Jo Malone, Wild Bluebell

# Muhteşem dengenin sırrı

**Kült olma yolunda emin adımlarla ilerleyen 16Arlington, sahip olduğu İtalyan ve İngiliz kökleriyle birlikte güçlü bir harmoni sunuyor.**

Yazı DİLRUBA KARAKÖSE

Işıltılar, tüy detayları ve ihtişam... 16Arlington, enerjisi ve dinamik çizgisiyle moda sahnesinde çoktan kendine yer edindi. 2017'de ilk koleksiyonlarını sunan markanın kurucuları Marco Capaldo ve Federica Cavenati, birlikteliklerini başarılı bir iş ortaklığına çevirirken, kimi zaman minimal kimi zaman ise maksimal parçalar ortaya koyuyor. Beymen mağazalarında da satıştan olan markayı daha yakından tanımak için Capaldo ve Cavenati ile olan röportajımıza göz atın deriz.

**Kendi markanızı kurma fikri nasıl gelişti?**

Londra'da üniversitede tanıştıktan ve birlikte pek çok projede çalıştıktan sonra 16Arlington'ı kurmaya karar verdik. Profesyonel olarak ilk çalışma deneyimimizin ardından kendi markamızı yaratmamız gerektiğini düşünmeye başladık. Ardından bir kapsül koleksiyon sunmaya karar verdik.

**16Arlington için dönüm noktası ne oldu?**

Oldukça heyecan verici projeler gerçekleştirebildiğimiz için şanslı olduğumuzu hissediyorum ki bu durum marka için harika bir başarı, tabii bizim için de bir dönüm noktasıydı. Brit Ödülleri'nde Jorja Smith'i giydirmek, muhteşem bir tecrübeydi. Ayrıca Lizzo'nun yer aldığı bir magazin dergisinin kapağında yer alan özel bir parça yarattık. O sayı bizim için özeldir.

**Bir koleksiyonu tasarlarken sizi neler besler?**

Bizim için ilham her yerden gelebiliyor. Kitaplar, seyahatler ya da işe gitmek... Etrafımızda çok yaratıcı bir arkadaş grubumuz, ailemiz ve ekibimiz olduğu için çok şanslıyız. Onlar bize gerçek birer ilham kaynağı oluyor.

**Bir çift olarak birlikte çalışmanın kolay ve zor tarafları neler?**

Birlikte çalışmanın güzelliği, gerçek bir işbirliği ruhu yakalamak ve bazen en iyi fikirlerin de en büyük çekişmelerden çıkıyor oluşu. Birbirimizin işlerine mutlak bir saygımız var ve ikimiz de ortaya farklı şeyler koymaya çalıştığımız için bir harmoni ve markanın da DNA'sı ortaya çıkıyor.

**Minimalizm ve**

Fotoğraf Getty Images

**maksimalizmi başarıyla harmanlıyorsunuz. Bunun sırrı nedir?**

Yarattığımız her parça kontrast içermese bile yine de ikimizden gelen güçlü özelliklere sahip. Aynı zamanda ikisinin eşit dengesine sahip olan birçok parçamız da var. Aslında bizim için aslolan sevdiğimiz parçaları yaratmak üzerine kurulu.

**16Arlington'ın özgün yanı ne sizce?**

Markayı benzersiz kılan, iki uç noktanın dengesi. Feminenliğin yanında maskülen detaylar öne çıkıyor. İtalyan mirasımız ve Londra kültüründen ilham alan ihtişamlı çizgilere sahibiz.

**Tasarım aşamasında trendleri takip ediyor musunuz?**

Aslında bizim için durum, trendleri takip etmekten daha çok içgüdülerimizi takip etmekle alakalı. Bir şeyin iyi olduğunu hissediyorsak bunu yansıtmaya çalışıyoruz.

**Peki 16 Arlington, nasıl bir kadını temsil ediyor?**

16Arlington kadını yaş grubu ya da mesleğiyle tanımlanmıyor aslında. O, daha çok tavırlarıyla tanımlanıyor. Hepimiz bize ilham veren farklı kadınlarla çalıştığımız için şanslıyız. 16Arlington'ı yaratma konusunda sevdiğimiz şey, birçok kadın tarafından giyildiğini görmek.

**Koleksiyon tasarlamadan önce aklınızda bir tema canlandırıyor musunuz?**

Her yıl, sezon doğrultusunda karar verdiğimiz bir konsept üzerine çalışıyoruz. Bu konsepti başlangıç noktası olarak kullanıyoruz ve koleksiyon, sezonun gerektirdikleriyle birlikte gelişim gösteriyor. Çoğu zaman ikonik ve güçlü kadınlardan ilham alıyoruz. 2019 Sonbahar-Kış koleksiyonu için Marlene Dietrich'den ve 2019 İlkbahar-Yaz için ise Joan Collins and Gina Lollobrigida'dan ilham aldık.

**İlk koleksiyonunuzu 2017'de beğeniye sundunuz ve kısa sürede başarılı bir noktaya ulaştınız. Bu başarınızı neye bağlıyorsunuz?**

Böyle düşünmenize sevindim! İki yıl çok heyecan vericiydi ve bulunduğumuz noktaya ulaşmamıza yardımcı olan hem basın hem de stok uzmanlarından destek aldık. Bizi nelerin beklediğine ve gelecekte markamızı geliştirmeye dair yapacağımız şeyler için sabırsızlanıyoruz.

**2019-20 Sonbahar-Kış koleksiyonunuzu ne doğrultuda hayata geçirdiniz?**

Koleksiyonumuz çoğunlukla Marlene Dietrich ve onun sosyal çevresinden yola çıkarak hazırlandı. O nedenle 1940 ve 60'lı yıllarından esintiler mevcut. Sonucunda ise renk patlamaları, baskılı payetler, boncuklar, devekuşu tüyleri ve yüksek parlaklıkta satenler ortaya çıktı.

**2020 İlkbahar-Yaz koleksiyonuun hikayesi nedir?**

Bu koleksiyonda İtalyan ikon Rafaella Carra bizim için referans oldu. İtalyan köklerimize yoğun bir şekilde bağlı kaldık ve Rafaella'dan ilham alan bir koleksiyon oluşturduk. 1960'ların kilit modellerinin yanı sıra o yılların akıcılığı da bize yol gösterdi. Nostaljik bir yaklaşım izledik.

**Jorja Smith, Lena Dunham, Rosie Huntington-Whiteley, Lizzo, Adwoa Aboah, Claire Foy, Lady Gaga, Jennifer Lopez, Edie Campbell ve Jordan Dunn gibi Hollywood ünlülerinin de tercih ettiği 16Arlington, kendine güvenen kadınların favori markası.**

# Yeni yıla tarzınıza yakışan bir başlangıç

Yılbaşına özel koleksiyonumuzla, evinize masalsı bir güzellik,
sevdiklerinize özel hediyelerle yeni yıla heyecan katın.

*Mutlu Yıllar*

LINENS

www.linens.com.tr /linens /linensturkiye

# Maskülen duruşa feminen yorum

**Fendi'nin yeni "Karligraphy" çantasına Amerikalı ikiz kardeşler Molly ve Reese Blutstein dokunuşu...**

Yazı EZGİ ŞUEKİNCİ

Şubat 2019'da aramızdan ayrılan efsanevi tasarımcı Karl Lagerfeld'ın vedası, moda dünyasını derin bir üzüntü içerisine sürükledi. Dünyaca ünlü birçok marka, hüzün dolu bu gidişin ardından Karl Lagerfeld anısına törenler düzenledi ve birbirinden güzel koleksiyonlar hazırladı. İtalyan moda devi Fendi, ikonik tasarımcıya duyduğu minnetini, Resort 2020 koleksiyonunda lanse ettiği yeni *Karligraphy Bag*'ler ile birkez daha gösterdi. Karl Lagerfeld'ın 1981 yılında tasarladığı Karligraphy logosundan esinlenilerek tasarlanan çantalar, hem Fendi'nin alışık olduğumuz zamansız ve çok yönlü tavrını bütünüyle hissettiriyor hem de feminen tavrı ile dikkat çekiyor. Zira maskülen görünümlü ikonik "Ters F" logosunu italik karakterler kullanarak yeniden yorumlayan Karl Lagerfeld, Karligraphy tasarımı ile logoya daha feminen bir görünüm kazandırıyor. Sarı, kahverengi, mavi ve bej gibi farklı renkleriyle gelen Karligraphy çantaların, gelenekselliği ve modernizmi kusursuz bir şekilde bir araya getiriyor olması da göze çarpıyor.

**Reese ve Molly Blutstein yorumu**

Fendi, yeni Karligraphy çanta için Georgia eyaletinde yaşayan ikiz ikız kardeşler Reese ve Molly Blutstein ile özel bir çekim gerçekleştirdi. 2015 yılından bu yana özellikle Instagram'da etkinlik gösteren ve özgün stilleri ile kendilerine hayran bırakan influencer ikizler, ikonik çantayı yeniden yorumladı. Kare şekli, yumuşak derisi ve fonksiyonel kayışı (deri ya da zincir) ile hem günlük kullanıma hem de gece şıklığına eşlik edebilen Fendi'nin yenileri, çağdaş modayı destekleyen kadınların arzularına yanıt veriyor. Altın renkli toka gibi güçlü ve zarif dokunuşlarla detaylandırılan çanta, markanın zanaat ve inovasyon tutkusunu kusursuz bir biçimde gözler önüne seriyor.

INSTITUT ESTHEDERM PARIS

# EXCELLAGE

## MÜKEMMELLİĞİN BİLİMİ

YENİ

Deneyenlerin

**%90** 'ında

**DAHA IŞILTI**
BİR CİLT*

**%87** 'sinde

**DAHA YOĞUN**
BESLENME**

**%90** 'ında

**DAHA SIKI**
GÖZ ÇEVRESİ***

Institut Esthederm'in profesyonel cilt koçları ile eczanede Enstitü Bakımı'yla tanışın!
-Ücretsizdir-

*56 gün boyunca, 55-70 yaş arası 22 kadınla yapılan kullanım testi
**56 gün boyunca, 55-70 yaş arası 22 kadınla yapılan kullanım testi
***56 gün boyunca dermatolojik ve oftalmolojik kontrol altında, yaşları 55 ve 69 arasında değişen 22 gönüllü ile gerçekleştirilen kullanım testi. Demscan,2018

E SADECE ECZANELERDE

www.esthederm.com.tr

Institut Esthederm Türkiye

EsthedermTr

Esthederm_Tr

# Anne-kız mirası

**Misela, 2019-20 Sonbahar-Kış kampanyasında Yonca Ebüzziya eşliğinde gelmiş geçmiş en romantik ve gerçek hikayelerden birine, anne kız ilişkisine odaklanıyor.**

Yazı DEBORA ZAKUTO

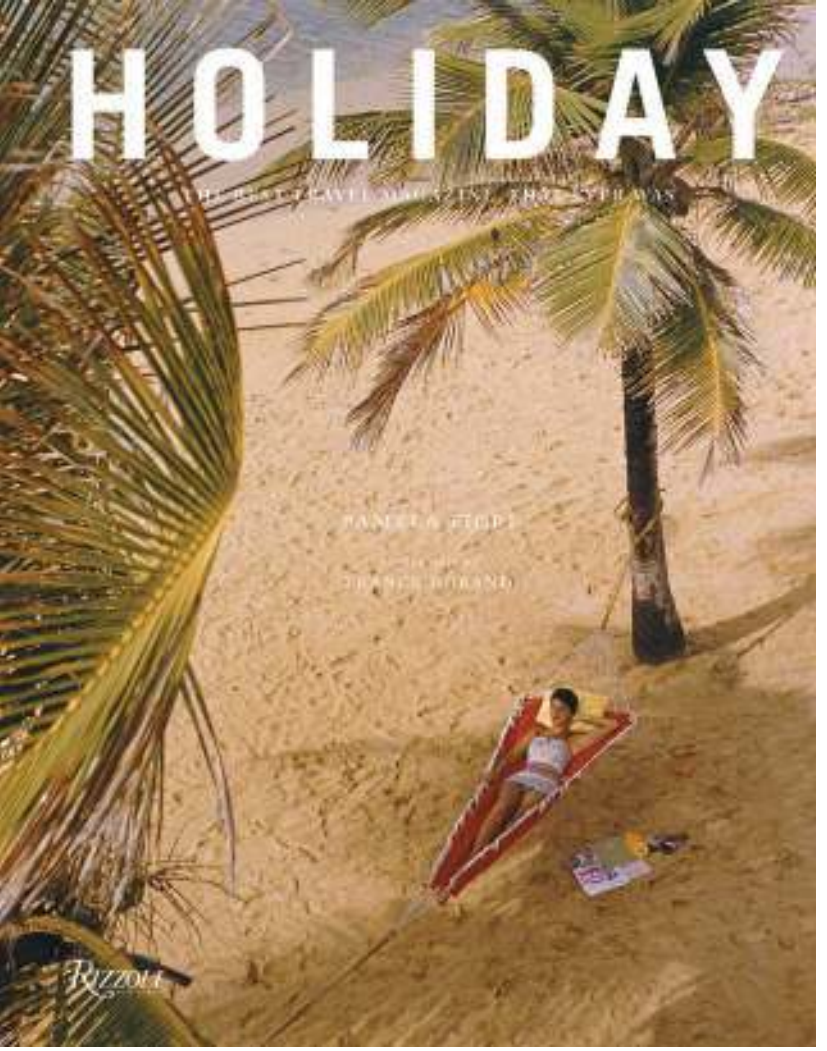
*"Bir annenin en değerli mirası kızlarıdır."* derler... Türkiye'nin güçlü, ilham veren ve güzel kadınları arasında yer alan Yonca Ebüzziya ise bu sözü *"İki torunuma ve tüm gelecek nesillere bırakılacak en büyük miras, kültür ve sanat mirasıdır."* diyerek güncelliyor. İki kız çocuğu annesi olan kültür-sanat danışmanı Ebüzziya, annelerin kızları ile olan güçlü ilişkisinin altını çizmek adına sürpriz bir işbirliğiyle 2019-20 Sonbahar-Kış sezonuna giriş yapıyor. Uluslararası platformda ülkemizi başarıyla temsil eden Misela için İstanbul'un en büyülü bölgesinde kamera karşısına geçen Ebüzziya bu çekimler ile feminen ve sofistike bir "stil mirası"nı yeniden keşfediyor.

## GÜÇLÜ VE ÖZEL

2008 yılında New York'ta İstanbul'a ait global bir marka yaratma hedefiyle yola çıkan, 11 sene sonra Londra Mayfair'de açtığı mağazasıyla Misela'nın başarı hikayesine yeni bir bölüm ekleyen Serra Türker, markanın 2019-20 Sonbahar-Kış kampanyasında yine adından başarıyla söz ettiriyor. Adahan Hotel'de çok özel bir yemek eşliğinde bu kampanyanın tanıtımını gerçekleştiren genç tasarımcı, Yonca Ebüzziya'nın yer aldığı fotoğraf kareleriyle Pera'da, İstanbul'un dokusunun markanın kalp atışlarına karıştığı sokaklarda, gelmiş geçmiş en romantik ve gerçek hikayelerden birine, anne kız ilişkisine odaklanıyor. Türker'in bu sezon koleksiyonunda Yonca Ebüzziya'yı ağırlamak istemesi ise bir tesadüf değil: *"Küçüklüğümden beri beni yaptıkları, duruşu ve güzelliğiyle etkileyen bir kadın oldu Yonca Ebüzziya. Kendi ayakları üzerinde duran, güçlü ve güzel bir kadın oluşu, anneliğini de bu gücün bir parçası olarak yasayabilmesi, benim için gerçek bir ilham kaynağı."*

## STİL MİRASI ÜZERİNE

Misela için "stil mirası" önemli ve zamansız bir kavram. İstanbullu marka, sezonlardan bağımsız, kişisel ve kültürel dokunuşların şekillendirdiği bir yaşam biçimini savunuyor. Bir kadının hayatındaki küçük alışkanlıklar, büyük ve anlamlı ritüellere, bir yaşam biçimine dönüşürken, attığı adımların her biri için gerekli olan enerji ve ilham köklerinde, ona nesiller boyu aktarılmış kıymetli ve benzersiz mirasta gizli. Misela bu koleksiyonda imzası haline gelen zamansız klasiklerin yanı sıra yeni parçalara da yer vererek, ilhamını anne-kız arasındaki kuvvetli bağdan alan kişisel bir stilin ipuçlarını arıyor.

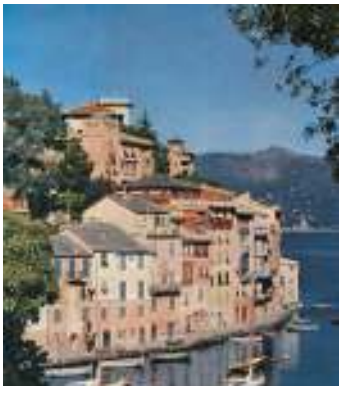



# İkonik derginin geri dönüşü

**İlk seyahat dergisi olma özelliğini taşıyan Holiday, Pamela Fiori tarafından hazırlanan "Holiday: The Best Travel Magazine That Ever Was" isimli kitapla güncel bir dokunuş kazanıyor.**

YAZI DİLRUBA KARAKÖSE

Holiday, okuyucularının seyahatle ilgili A'dan Z'ye bilgi edinmelerini sağlıyordu.



Şimdilerde elimizdeki telefonlar ve internet sayesinde dünyanın bir ucundan bir ucuna neler olup bittiğini hızlı bir şekilde öğrenebiliyor ya da Instagram aracılığıyla bambaşka ülkelerin doğasına, kültürüne, mimarisine dair keşifler yapabiliyoruz. Ancak elbette seneler önce durum hiç de böyle değildi. Her ne kadar o dönemlerde bilgiye ulaşma konusunda zorluk çekilse de, bazı şeylerin daha değerli olduğu zamanlardı. II. Dünya Savaşı'ndan hemen sonra, Amerikan rüyası kavramının da yükselişe geçtiği dönemlerde, elbette daha kaliteli bir yaşam tarzı da imrenilen olgulardan biri haline geldi. 1946 yılında kurulan ve Amerika'nın ilk seyahat dergisi olma özelliğini taşıyan *Holiday* ise, insanlara dünyayı sayfalar aracılığıyla bile olsa keşfetme olanağı tanıyordu. Derginin hazırlık aşamasında şimdiki gibi tek bir tık sayesinde nerede nereler olduğunu öğrenmek imkansız olduğundan gerçek bir araştırma ve keşfetme süreci gerekiyordu ki işte değerli kabul edilen şey de verilen uğraş ve ortaya çıkan işin, buna orantılı olarak sunduğu kaliteydi. Editör Ted Patrick ve vizyoner sanat yönetmeni Frank Zachary'nin savaş sonrasında Amerika'yı, dünyayı görmeye ve okumaya davet ettiği *Holiday* dergisi, Jack Kerouac, Ernest Hemingway, Graham Greene, Joan Didion, Truman Capote, Elwyn Brooks White gibi çok önemli yazarların yazılarıyla ve Henri Cartier-Bresson, Slim Aarons, Al Hirschfeld, Ludwig Bemelmans gibi fotoğrafçı, karikatürist, illüstratörlerin çalışmalarıyla ne kadar unutulmaz olduğunu kanıtlıyor. Ve dergi bugün bile ikonik çizgisini koruyor.

1946-1977 yılları arasında yayınlanan ve o döneme damgasını vuran bu seyahat dergisi, günümüzde yazar Pamela Fiori tarafından *"Holiday: The Best Travel Magazine That Ever Was"* isimli kitapla yeniden hayat buluyor. 1968'te başlayıp dört sene boyunca *Holiday* dergisinde çalışan Fiori, iyi yazı yazmanın ve kaliteli gazeteciliğin ne demek olduğunu burada öğrendiğini belirtiyor. Derginin kurucu editörü J. Frank Beaman'ın da belirtmiş olduğu üzere mutluluk arayışına adanan dergi, kitabıyla birlikte o günlere nostaljik bir geri dönüş yaşatıyor. *"Holiday: The Best Travel Magazine That Ever Was"*, aynı zamanda Pamela Fiori'nin özenle hazırladığı, arşivden alınan fotoğraflar, alıntı metinler, kapak resimleri ve efemeralardan oluşuyor. Kitap edebiyat, fotoğrafçılık ve kültürel anlamda okuyucuları bir yolculuğun parçası yapıyor. Efsanevi derginin şu anki durumu hakkında bilgi vermekte fayda var. 1977 yılında yayın hayatına son vermiş olsa da, 2014'ten beri moda, güzellik ve yaşam konularında uzmanlaşmış bir tasarım stüdyosu olan Atelier Franck Durand'ın kurucusu ve yaratıcı direktörü Franck Durand tarafından yeniden hayata geçiriliyor.

# Oyuna devam...

**Alber Elbaz, Lanvin'den ayrıldıktan sonra mola verdiği moda serüvenine Richemont grup ile birlikte kuracağı AZ Fashion isimli start-up markası ile devam etmeye hazırlanıyor.**

Yazı DİLARA YILMAZ

14 yıl boyunca Lanvin'in kreatif direktörlüğünü üstlenen Alber Elbaz, 2015 yılında markadan ayrılma kararı verdiğinde moda dünyasında bir şok etkisi yaratmıştı. Jeanne Lanvin'in kurduğu markayı tasarım anlayışıyla bir üst seviyeye çıkararak markayla bütünleşen tasarımcı, Lanvin'den sonra inzivaya çekilmişti. Öte yandan bu süreçte moda dünyasını tasarımlarından mahrum da bırakmadı. Converse ve Le SportSac için kapsül koleksiyonlar çıkardı, dünyaca ünlü niş parfümevi Editions de Parfums Frédéric Malle için *"Superstitious"* isimli bir parfüm tasarladı ve İtalyan marka Tod's ile *"Happy Moments"* isimli bir işbirliği gerçekleştirdi. 2019 Ekim sonuna doğru ise Alber Elbaz'dan moda dünyasını sevindirecek bir haber geldi. Chloé, Yoox Net-a-Porter group, Cartier ve Van Cleef & Arpels gibi büyük markalara sahip olan İsviçre merkezli lüks şirket Richemont, ünlü tasarımcıyla beraber start-up bir marka kurduklarını duyurdu. Hayalleri gerçeğe dönüştürmek için yenilikçi ve dinamik bir start-up projesi olan marka, *AZ Fashion* ismini taşıyor. Modanın A'dan Z'ye hissedeceğimiz markayla Alber Elbaz, günümüzün kadınları için çözümler geliştirmeye odaklanacak. Ünlü tasarımcı, bu heyecan verici birliktelik için *"Richemont ile işbirliği yaptığım için çok mutluyum. Zamanımızın kadınları için yeni çözümler üretecek 'hayal fabrikamı' kurduğuma çok memnunum. İyi, yetenekli ve zeki insanlarla işbirliği yapmak heyecan verici. BU macera çok eğlenceli olacak."* diyerek moda sahnesine geri dönmeye hazır olduğunun sinyallerini verdi.

SOLGAR
Since 1947

# Mevsim Değişince

Ester-C®

24 saat Etkili

**SOLGAR Ester-C® 500 mg**

**SOLGAR Ester-C® 1000 mg**

## SOLGAR Ester-C® PLUS

**Mide Dostu** | **Uzun Süre Etkili** | **Etkin Formül** | **Yüksek Emilim**

C vitamini bağışıklık sisteminin normal fonksiyonuna yardımcı olur, yorgunluk ve bitkinliğin azalmasını destekler.*


**1.** Bush MJ, Verlangieri AJ. An acute study on the relative gastro-intestinal absorption of a novel form of calcium ascorbate. *Res Commun Chem Pathol Pharmacol.* 1987 Jul;57(1):137-40. **2.** Gruenwald J et al. Safety and tolerance of Ester-C® compared with regular ascorbic acid. *Adv Ther.* 2006 Jan-Feb;23(1):171-8. **3.** Van Straten M, Josling P. Preventing the common cold with a vitamin C supplement: a double-blind, placebo-controlled survey. *Adv Ther.* 2002 May-Jun;19(3):151-9. **4.** Verlangieri AJ et al. Comparison of the anti-scorbutic activity of L-ascorbic acid and Ester C in the non-ascorbate synthesizing Osteogenic Disorder Shionogi (ODS) rat. *Life Sci.* 1991;48(23):2275-81. **5.** www.Ester-C.com



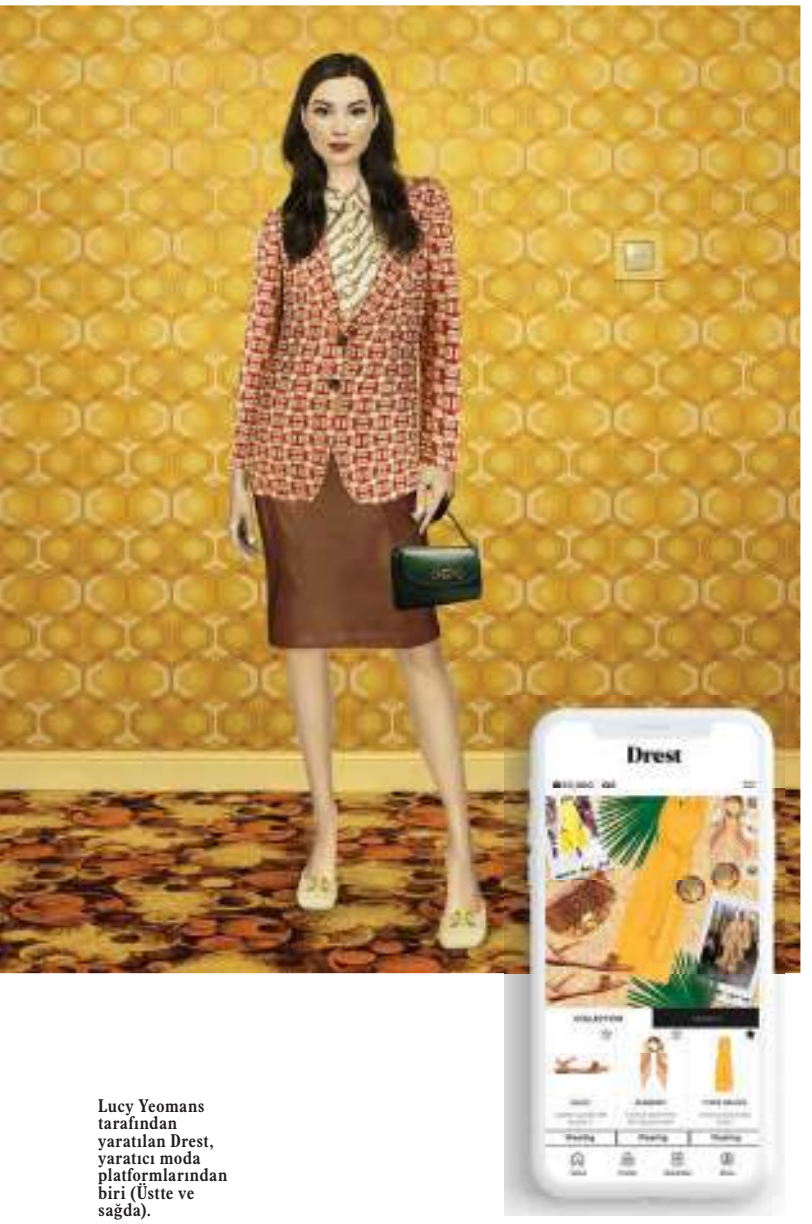
Bu ürün bir takviye edici gıdadır. Takviye edici gıdalar normal beslenmeyi takviye etmek amacıyla besin öğeleri veya besleyici ve fizyolojik etkileri bulunan maddeleri içerir. Bu ürün ilaç değildir. Tedavi amacıyla kullanılmaz.

0850 255 07 57 www.solgar.com.tr E Solgar ürünlerinin yetkili satış noktaları sadece eczanelerdir. **Türk Gıda Kodeksi Beslenme ve Sağlık Beyanları Yönetmeliği (29960 mükerrer/26.01.2017 tarihli resmi gazete)*

# Sanal mı gerçek mi?

**Dijital dünya sürekli bir değişim ve gelişim altında. Moda dünyası da, Avatar modellerden sanal kıyafetlere kadar bu dinamik ruhun çekim alanına çoktan girmiş durumda.**

Yazı DİLRUBA KARAKÖSE




Lucy Yeomans tarafından yaratılan Drest, yaratıcı moda platformlarından biri (Üstte ve sağda).

Çok eski kuşaklara geri gitmeye gerek yok. Anne ya da babalarımızla teknoloji hakkında şöyle bir konuşmaya başladığımızda, şu an sahip olduklarımızın hiçbirini akıllarına dahi getiremediklerini ifade ederler genellikle. 90'lı yılların başlarında doğmuş olanlar bile, son 20 senede teknolojinin nasıl bir gelişim gösterdiğine birebir şahit olarak bu yeni dönemin içlerinde buldular kendilerini. Teknoloji dünyasının bu kadar çabuk yol katetmesi, başka sektörleri de etkiledi ister istemez. Her ne kadar teknoloji başlı başına kendi kulvarında yeniliklerine devam etse de, moda sahnesinin de zaman içinde şekillenmesini sağladı. Peki bunu nasıl yaptı ve yapmaya devam ediyor dersiniz? Elbette internetin varlığıyla beraber, her şeye kolay erişim fırsatının sağladığı en büyük avantaj, e-ticaret siteleriyle birlikte online alışveriş oldu. Mekan fark etmeksizin ister bilgisayar ister cep telefonları aracılığıyla oturduğumuz yerden alışveriş yapabileceğimizi eskiden olsa kim tahmin edebilirdi ki? Tabii online alışverişin hayatımızı büyük ölçüde kolaylaştırdığı su götürmez bir gerçek. Ancak iş sosyal medyanın ortaya çıkıp büyümesine geldiğinde, durum yavaş yavaş kendini hayat kolaylaştırmaktan tüketim çılgınlığına bıraktı. Influencer'ların varlığıyla birlikte artık sadece ulaşılabilir değil, yüksek moda markalarının lüks parçaları da birer arzu nesnesi haline geldi. Son birkaç senedir yaşanan bu durum, elbette yeni uygulamaların da habercisiydi. Örneğin İskandinav kökenli Carlings firmasının geçtiğimiz yıl sunduğu dijital koleksiyon gibi... *"Neo-Ex"* isimli 19 parçalık koleksiyon, video oyunlarından ilham alınarak tasarlanırken, aslında size gerçekten bir ürün hizmeti sunmuyor. Satın aldığınız sanal ürünler, bir grup 3D tasarımcı tarafından yüklediğiniz fotoğrafa adapte ediliyor ve sosyal medyada paylaşılabilmek üzere hazır hale getiriliyor. Yani burada amaç tamamen görsellikte saklı. Carlings marka müdürü Kicki Perrson'ın açıklamasıyla bu uygulama hem bir parçaya çok fazla para harcamayı engelliyor, hem de üretim sürecinde ortaya çıkan zararlı atık problemini ortadan kaldırmış oluyor. Aslında bir nevi psikolojik olarak duygusal tatmin de yaşatıyor kullanıcılarına. Var olan bir başka uygulama ise *Drest*... Net-a-Porter portalının eski global içerik direktörü Lucy Yeomans tarafından yaratılan Drest, aynı zamanda yaratıcı bir moda platformu. Gucci, Prada, Stella McCartney, Burberry gibi önemli 100 markanın yer aldığı uygulamada, yarattığınız Avatar'ı beğendiğiniz parçalarla giydirebiliyorsunuz. Sonrasında ise Farfetch sitesine yönlendirilerek istediğiniz kıyafetleri satın alabilmeniz mümkün hale geliyor.

Teknoloji ve moda karmasının sunduğu yenilikler

sadece mobil uygulamalarla sınırlı kalmıyor. Bu doğrultuda hayata geçen markalar da var. The Fabricant da bunlardan biri. Kendilerini ilk dijital modaevi olarak tanımlayan The Fabricant, Amsterdam temelli ve Kerry Murphy tarafından kurulmuş. Murphy, modanın var olmak için fiziksel olmaya ihtiyaç duymadığını belirtiyor. The Fabricant'ın etki alanı da Carlings gibi dijital kıyafetler. Bir Instagram postunda da belirttikleri üzere *"Bu yeni dünyada fabrikalar ve tedarik zinciri gibi şeyler yok. Beklenecek bir teslimat yok, çamaşır yıkamak ya da dağınıklığa yol açacak bir dolap yok."* Şöyle bir baktığımızda biraz ürkütücü gelse de bu açıklama geleceğimizin de özeti gibi adeta. Peki teknolojik gelişmeler sadece moda algısını mı değiştiriyor dersiniz? Pek sayılmaz çünkü modellik mesleğinin de gidişatını değiştireceğe benziyor. Elbette bundan seneler sonra da Bella Hadid'ler ya da Kendall Jenner'lar hayatımızda olacak. Ancak süpermodel Avatar'lar da bu oyunda kendilerine çoktan yer bulmaya başladı. Instagram'da 1.7 milyon takipçiye sahip olan *Miquela Sousa* bunların başında geliyor. Bu sanal model, markalarla işbirliği yapıyor, kampanya çekimlerinde yer alıyor, davetlere katılıyor, üstelik birçok arkadaşı var. O kadar gerçekçi bir görünüme sahip ki, 2014 yılında hayata geçirildiğinde onu insan sananlar bile oldu. Ama o sadece Brud isimli bir firmanın yarattığı sanallıktan ibaret. Gerçeklik ve sanallık arasında giderek kaybolan çizgi, Louis Vuitton'un da radarına takıldı 2016'da. Kampanya yüzü olarak kendine *Final Fantasy* oyununun Avatar kahramanı *Lightning*'i seçen marka, kreatif direktör Nicolas Ghesquière için de değişen dünyayı temsilen mükemmel bir seçimdi. Tüm bunların gerçekleşme süresinin takriben 15-20 yıl içinde olduğunu düşünürsek ki son dönemlerde gelişmeler biraz daha hızlı katedildi, 2020'nin gelişiyle birlikte nelerin değişeceğini ya da ne gibi yeniliklerin bizleri beklediğini kestirmek son derece güç.

**1.7 milyon Instagram takipçisiyle büyük reklam kampanyalarına imza atan sanal model-influencer Miquela Sousa, (Üstte). Louis Vuitton, The Fabricant gibi markalar dijital dünyanın moda üzerindeki güçlü etkisinden faydalanıyor, (Altta).**

# Rafine vizyon ve gizem bir arada

Gizem Pirinççiler, tez konusunu yakın arkadaşıyla birlikte Naturae Sacra markasına dönüştürdü. Şimdilerdeyse, İtalya'dan Türkiye'ye taşıdığı Naturae Sacra ile doğadaki esrarengiz biçimlerden esinlenerek minimal çizgiye sahip kadınların yakın arkadaşı olmaya hazırlanıyor.

Yazı DİLARA YILMAZ

Latince'de "gizemli kutsal" anlamına gelen Naturae Sacra, markanın kendi tasarım diline en uygun tamlama aynı zamanda.

Kadınların günlük hayatlarında yanlarından ayırmadıkları çantaları, aslında onların kara kutusu gibidir. Çünkü çantanın modelinden hatta içinde taşıdıkları şeylerden o kadın hakkında fikir edinmeniz mümkündür. İtalya'da eğitimi sırasında tez konusu için oluşturduğu projeyi hayata geçirerek amorf hatlara sahip çantalar tasarlayan Gizem Pirinççiler, Naturae Sacra ile sürdürülebilir kavramını yorumluyor. Markanın kreatif direktörü ile markasının hikayesini, çizgisini ve markayı yüksek moda sahnesiyle buluşturan Net-A-Porter işbirliğini konuştuk.

**Hikayenizden bahsedebilir misiniz? Tasarım serüveniniz nasıl başladı?**

Güzel sanatlarda resim eğitimi aldıktan sonra lisans eğitimimi İletişim Tasarımı ve Endüstriyel Tasarım üzerine çift anadal yaparak tamamladım. Ardından Politecnico Di Milano'da Moda Sistemleri ve Servis Tasarımı üzerine üç senelik Master eğitimi aldım. Bu dönem içinde Swarovski, Pandora, Decathlon, Moncler gibi markaların yürütücülüğünü üstlendiği Marka Yönetimi ve Dijital Pazarlama programlarına dahil oldum. İtalya'da bulunduğum sürede birçok farklı marka için kreatif direktör ve marka tasarımcısı olarak çalıştım. Bu sırada da *"Çağdaş Dönemde Lüks Markalaşma Anlayışı"* ile ilgili bir tez konum vardı. Ve Naturae Sacra da aslında bu proje sayesinde oluştu. O sıralarda İtalya'da çalıştığım işten ayrıldım ve prototipleri üretmek üzere İzmir'e döndüm. Kendisi de endüstriyel tasarımcı olan, yakın arkadaşım Kerem Erhan ile birlikte proje için çalışmaya başladık. Bu çalışmanın ardından birlikte devam etmeye ve markalaşma sürecini başlatmaya karar verdik. Şu anda Naturae Sacra, ben ve iş ortağım Kerem tarafından ortak olarak yönetiliyor.

**Naturae Sacra'yı kurarken nasıl bir kimlik oluşturdunuz?**

Naturae Sacra için hızlı moda pazarına tezat, her bir çantanın başka biriyle aynı olmadığı, sürdürülebilir ve çevre dostu bir ideoloji benimsedik. Görsel anlamda ise ideolojinin kullanıcıya kolay ve etkili şekilde anlatılmasını hedefleyen minimal ve anlaşılabilir bir kimlik oluşturduk. Tasarım sürecinde ise maskülen, şehirli ve modern kadınlardan ilham alarak kendi özgün stil çizgisini yarattık.

**Marka adı olarak Naturae Sacra'yı seçerken ne ifade etmek istediniz?**

Latin dilinde *"gizemli-kutsal"* anlamına gelen Naturae Sacra, doğada bulunan esrarengiz biçimlerin tesadüfi esinlenme sürecini simgelesin istedik. Ayrıca tasarlanan ve üretilen her bir parçanın zamanın ötesinde, uzak dönemlerin farklı estetik algıları arasına yerleştirmeyi ve zamansız kalmasını sağlamayı dileyen adeta "kutsalmışçasına" sahibi ile bütünleşebilen bir parça

olmasını dileyerek, ütopik bir bakış açısı ile yansıtmaya çabaladık.

**Tasarım çizginizi nasıl oluşturdunuz?** Nelerden ilham aldınız?

Öncelikle çantaların tasarımlarındaki minimal hatlar, Naturae Sacra kadınına trendlerin ötesinde sürdürülebilir bir stil vadediyor. Naturae Sacra'nın kimliği olan organik formlu saplarının tezatı olan geometrik deri gövdeleri, modern, tahmin edilebilir ve kullanışlı çizgideyken markanın DNA'sı olan sapların daha da net şekilde dikkat çekmesini ve kimliği anlaşılabilir kılmasını sağlıyor.

**Sizin için zamansız tasarım ne demek?**

Naturae Sacra çantalarının her bir modeli zamansız stil düşüncesinin etrafında tasarlanır. Pek çok dünya markasının yüzyılı aşkın kült modelleri olduğunu düşünürsek, markaların imzası niteliğine sahip modeller üretmek fikri bizim de zamansız çizgimizi oluşturuyor, bu da ele aldığımız en temel ilham noktası. Bu noktada Naturae Sacra eski olana değer veren vintage kültürü, zamansız tasarımı yaratma sürecinde yol göstericimiz oldu diyebilirim.

**Naturae Sacra kadını kimdir? Stili nasıldır bahseder misiniz?**

Stillerinde genel hatlarıyla minimal ve maskülen, detaylarda tasarım görünümler tercih eden kadınlar çantalarımızdan vazgeçemeyecek. Naturae Sacra kadınının gardırobunu tarif etmek gerekirse bejden kahverengine, beyazdan siyaha renk geçişleri hayal ediyorum. Markanın maskülen tavrını destekleyen yumuşak deriden düz taban ayakkabıları çantalarımızla birbirine uygun buluyorum. Naturae Sacra kadını, yaşam ve giyim stiliyle iddialı tavrını ortaya koyuyor. Biz de bu kadına tam ihtiyacı olan çantayı yaratıyoruz.

**Peki sizin için bir çantada olmazsa olmazlar neler?**

Bir çantada olmazsa olmaz bizim için form ve bu formu oluşturan hikayedir. Kısaca açıklamak gerekirse çantasında konfor, stil veya hem konfor hem stil arayan kadınların ihtiyaçlarını karşılayacak modeller benim olmazsa olmazım. Tasarlarken çantaların işlevselliğini ve konforunu düşünürken aynı zamanda da hikayeden uzaklaşmamaya özen gösteriyoruz. Bu durum her tasarımın kendine has bir formunun olmasını sağlıyor. Bu sebeple her modelimizin ayrı ayrı hikayesi var. Farklı sanat ve zanaat alanlarıyla ilişki kurarak tasarlanan çantalarımıza aslında giyilebilirlik değeri kazandırıyoruz diyebilirim.

**Uluslararası moda arenasına Net-A-Porter gibi büyük bir lüks alışveriş platformuyla giriş yaptınız. Bu süreçten bahsedebilir misiniz?**

Naturae Sacra, marka serüveninin başından beri global pazarda niş ve ulaşılabilir lüks segmentte konumlanmayı hedefledi. Tasarımlar, üretim teknikleri, kalite seçimlerimiz ve fiyat politikamızı bu hedefe uyumlu halde şekillendirdik. Net-A-Porter bu anlamda markaları en iyi şekilde temsil eden, pazardaki en güçlü online multi-brand satış platformlarından biri. Genç markalar için bu tarz platformda başlamak ne yazık ki çok kolay bir süreç değil. Fakat Net-A-Porter portalının yeni tasarımcılara fırsat veren harika programı *The Vanguard* ile bu aileye dahil edildik. Programda her yıl, dört farklı yeni tasarımcı marka yer alıyor. Bu süreci Net-A-Porter, en az markalar kadar içtenlikle yönetiyor. Profesyonel ekibi tarafından her alanda verilen danışmanlık sayesinde markalar, olabilecek en doğru şekilde lüks pazarda konumlanıyor ve kullanıcı gözünde de güvenilir bir yere yerleşiyor.

**2020 İlkbahar-Yaz koleksiyonunda neler olacak?**

Naturae Sacra, 2020 İlkbahar-Yaz sürecinde de Net- A-Porter için özel bir koleksiyon sunuyor olacak. Bu koleksiyonda romantik renklerin yanı sıra sezonun trendi olan daha çarpıcı tonlara da yer vermekteyiz. Bu süreçte kendi online sitemizde de başka renk varyasyonlarını sunacağız.

**Markanızın gelecek planlarında neler var?**

2020 Sonbahar-Kış sezonunda çok güvendiğimiz yeni üç modelle birlikte koleksiyonumuzu sunacağız. Bu konu ile ilgili çok heyecanlıyız. Ürün gamımız genişleyecek, şu sıralar tasarım ekibimiz tam da bu proje üzerinde çalışıyor.

**Moda dünyası, son zamanlarda sürdürülebilirlik kavramını desteklemeye başladı. Sizin markanız için böyle bir girişiminiz var mı?**

Son zamanlarda sürdürülebilir tasarım farklı alanlarda tüm tasarımcıları etkileyen en önemli trendlerden biri. Naturae Sacra için sürdürülebilir tasarım trendden öte bir ideoloji olarak benimsendi. Saplarda kullanılan resin hammaddesi, çevre dostu ve seri üretim tekniklerinin aksine son derece masum. Materyal anlamında sürdürülebilir kalmayı hedeflerken, sosyal çevrelerde üretim odaklı sürdürülebilirlikle ilgileniyoruz. Reçine saplar yetenekli kadınlar tarafından üretiliyor. Bu kişilere de yeni bir iş imkanı sağlamış oluyoruz.

"NATURAE SACRA İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TASARIM TRENDDEN ÖTE BİR İDEOLOJİ OLARAK BENİMSENDİ."
**Gizem Pirinççiler**

Çanta markası olan Naturae Sacra'nın planları arasında ürün gamını genişletmek yer alıyor.

# Modern şekil değişimleri

**NU'nun cinsiyetsiz, güçlü ve oldukça özel kadın imajı, şaşırtıcı silüetleri ve yenilikçi materyalleri ile ekim ayı süresince Liberty London'daydı.**

Yazı DEBORA ZAKUTO

Son zamanlarda global platformda Türk markaların ve tasarımcıların ismini daha sık duyar olduk. 2002 yılında Nurçin Sebuk ve Hünkan Tellioğlu tarafından kurulan NU markası da bunlardan biri. Hızlı moda konseptine tamamen karşı olan; güçlü, özgür, şahsına münhasır bir stil ve karaktere sahip, maskülen ile feminenlikten detaylara gardırobunda bir arada yer veren kadınlara hitap eden markanın İstanbul'da başlayan moda yolculuğu her gün daha da güçlenerek Londra'da devam ediyor. 2017 yılında Londra Marylbone bölgesinde ilk mağazasını açan NU geçtiğimiz ekim ayında ise şehrin ikonik adreslerinden Liberty için özel bir koleksiyona imza attı.

İspanya, İtalya, Hollanda, Japonya gibi farklı ülkelerden topladıkları yenilikçi kumaşlarla yaratılan NU tasarımlarının tümü, gelecekte birer klasik parça olmaya aday.

**Ruhları giydirebilmek**

Kurulduğu ilk günden bu yana her türlü fonksiyonel statü ve ihtiyaca cevap veren bir giyim stilini temsil eden koleksiyonlara imza atan NU'nun merkezinde siyah rengi ve çeşitli formlar yer alıyor. İspanya, İtalya, Hollanda, Japonya gibi dünyanın farklı noktalarından topladıkları materyallere cinsiyetsiz bir silüette hayat veren Sebuk, yaptığı tasarımların yıllar boyu giyilebilecek birer klasik olmalarını amaçlıyor. Londra'da bizzat yerinde yakından görme şansına sahip olduğumuz Liberty kapsül koleksiyonu ise bunun en güzel örneklerinden. Yenilikçi kumaşlarla hazırlanan karmaşık ve kabul gören orantılar siyah hakimiyetindeki bir renk paletiyle bir araya geliyor. Nurçin Sebuk 2019 Sonbahar sezonu için hazırladığı bu tasarımları *"Yarattığı enerjiye derinden inandığımız 'ruhları giydirebilmek' felsefemiz; markayı cinsiyetin önemsiz olduğu bir kimliğe büründürürken, NU kadınını yaşı olmayan konforlu ve bir o kadar sofistike bir zarafete taşır."* sözleriyle anlatıyor. Ortaya çıkan parçalar ise amacına başarıyla ulaştığının en büyük kanıtı.

# Gösterişli dostluk

**Begüm Khan ile Edgardo Osorio'nun dostlukları Begüm Khan x AQUAZZURA mücevher koleksiyonu ile daha da güçleniyor.**

Doğadaki her canlının kendine has bir güzelliği olduğu inancı ve alışagelmediğimiz bir estetik anlayışınaz tezat böcek, sinek gibi hiç beklenmedik figürleri kol düğmelerine taşıyarak 2011 yılında Begüm Khan markasının ilk adımlarını atan Begüm Kıroğlu bugün bir dünya markası olarak adından söz ettiriyor. Osmanlı dönemine ait mücevherlerden aldığı ilhamla imza attığı her koleksiyonla bizleri egzotik ve aynı zamanda göz alıcı bir yolculuğa çıkaran genç tasarımcı şimdi de *Begüm Khan x AQUAZZURA* özel koleksiyonu ile mücevher tutkunlarını Kapalı Çarşı'nın bilinmeyen köşelerinde define avına davet ediyor.

**ARKADAŞLIK VE MİSAFİRPERVERLİK**

2019-20 Sonbahar-Kış sezonunda yakın arkadaşı, Hollywood yıldızlarının vazgeçilmez ayakkabı tasarımcısı Edgardo Osorio ile özel bir işbirliğine giren Kıroğlu, Aquazzura için böcek, horoz, kalp, orkide ve ananas gibi sembollerin öne çıktığı sekiz farklı parçadan oluşan bir mücevher koleksiyonuna imza atıyor. Koleksiyondaki böcek figürü iyi şans ile sonsuzluğu, horoz yeniden dirilişi temsil ederken Begüm Khan tasarımlarında ilk kez karşımıza çıkan ananas ise arkadaşlığı, refahı ve misafirperverliği sembolize ediyor. Her biri İstanbul'daki zanaatkarlar tarafından elde hazırlanan parçalar; 24 karat altın kaplama bronz, kristal, yakut, zümrüt, kuartz ve sitrin gibi renkli değerli taşlarla süsleniyor.

**ZARAFET ÜZERİNE...**

İkilinin dostlukları üzerine kurulan koleksiyonu için Begüm *"Benim için Edgardo her zaman çok büyük bir ilham kaynağı ve dost olmuştur. Tanıdığım en renkli ve zarif kişilerden biri. Onun ayakkabılarındaki zarafeti mücevherlere taşımada onun suç ortağı olmak hem çok ilham verici hem de heyecan verici."* açıklamasını yaparken Edgardo Osorio ise *"Begüm'ün göz alıcı, sanatsal mücevherler yaratma konusundaki zevki ve yeteneğine hayranım. Cazibesi ve yarattığı abartılı ama aynı zamanda kolay kullanımlı tasarımları ile her zaman beni şaşırtmayı başarıyor."* diyor.

elite world
sapanca
convention & wellness resort

# Sapanca'daki Doğal Tercihiniz

Elite World zincirinin tecrübesini ve ışıltısını yansıtan
Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort; iş, tatil, wellness
amaçlı konaklamalarınız için doğanın kalbinde sizleri bekliyor.

Otelin yapımı esnasında
**hiçbir ağaç kesilmemiştir.**

• 500 ODA • KONGRE SALONU • 18 TOPLANTI SALONU
• 8.500 $M^2$ WELLNESS ve SPA ALANI • BİYOLOJİK GÖLET • AQUAPARK
• MACERA PARKI • KIDS CLUB • BAR ve RESTORANLAR • GAME ARENA
• BOWLING • TENİS KORTLARI • BASKETBOL SAHASI

www.**eliteworldhotels**.com.tr

**0264 415 10 00**

# Bir defileden daha fazlası

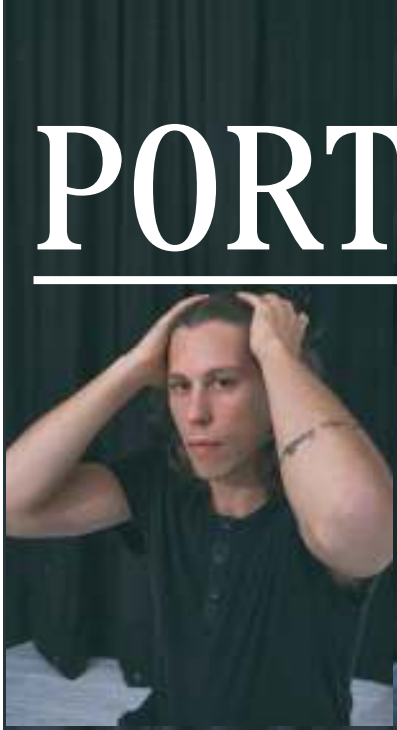
**Her sene düzenlenen Intimissimi Show, bu sene White Cabaret ilhamıyla şekillenirken, şova katılanlar arasında Sarah Jessica Parker ve Irina Shayk vardı.**

Yazı DİLRUBA KARAKÖSE

Intimissimi, uzun süredir koleksiyonlarını klasik bir defile çerçevesinde tanıtmıyor ve farklı hikayeler eşliğinde özel anlara ev sahipliği yapıyor. Elbette bu hikayeler, koleksiyon parçalarının duruşuyla şekillenirken, adeta gösteri tadında geçen etkinliğe katılan misafirler de bu nefes kesici ortama tanıklık ediyor. 2018'de *"Enchanted Forest"* isimli şov ile bizleri büyülü bir ormanın derinliklerine doğru yolculuğa çıkaran Intimissi'nin bu sene ise bambaşka bir teması vardı. 2019 Sonbahar-Kış koleksiyonunu *"White Cabaret"* ilhamıyla şekillendiren Intimissimi Show, hem dans ve şarkılar hem de büyük avizelerin yer aldığı büyüleyici dekorasyonu eşliğinde bu ruhu yansıtmayı başardı. Kabare temasının nostaljik ambiyansı doğrultusunda Intimissimi, klasik bir iç giyim markasından çok daha ötede olduğunu kanıtlamış oldu aynı zamanda. Şovun etkileyici olmasının yanı sıra, tanıtılan parçalar da bir o kadar cezbediciydi. İpek pijama takımları, ceketler, dökümlü pantolonlar ve kimonoların dışında, çiçek desenli ve leopar baskılı iç çamaşırları da defilede tanıtıldı. Intimissimi Show'a katılanlar arasında ise markanın reklam kampanyalarının yüzü Hollywood yıldızı Sarah Jessica Parker, markanın ilham perisi süpermodel İrina Shayk ve Türkiye'den marka dostu Burcu Esmersoy vardı.

MOBİ
www.mobi.com.tr

# PORTRE



## 118. İKİNCİ 20'YE DOĞRU

Her biri meslek erbabı özel isimler, gelecekten bildiriyor!

# 2020'YE GİRERKEN DEVİR TESLİM TÖRENİ

2000'li yıllara ilk geldiğimiz zaman, bu yeni milenyum çağında bilgisayarların çökeceğine dair söylentiler vardı. Ancak bu ilk 20 yılda tam tersi bir şekilde bilgisayarlar kendi evrimlerinde belki de onlarca çağ atladı. Dijital hayat artık cebimizde ve neredeyse bütün hayatımızı temsil ediyor. 2000'li yılların ilk 20 yılını geride bırakırken farklı disiplinlerden uzmanlaşmış isimlerle bir araya geliyoruz. Bu devir teslim töreninde temsil ettikleri alanların değişimine katkıda bulunmalarını ve gelecekte de nasıl evrileceklerini onlarla birlikte öğreniyoruz.

Fotoğraf BURCUM BAYGUT
Hazırlayan DEBORA ZAKUTO, BAĞLAN KESKİN

Fotoğraf asistanı Abdullah Yazıcı

## BEGÜM KIROĞLU

**Begüm Khan markası Kurucusu**

**Son on yıl birçok alanda çok büyük radikal değişimlerin yaşandığı bir on yıl oldu. Begüm Khan markası da 2010'lu yılların bir markası. Böyle zorlu bir dönemde marka yaratmak zor oldu mu?**

Markayı ilk yarattığımda 2012'de halen Şangay'da yaşıyordum. Çin'de inanılmaz bir değişim, yenilik ve dinamizm vardı. Yarım milyon yabancının halihazırda yaşadığı şehre girişimciler, tasarımcılar, sanatçılar akın etmeye başlamıştı. Şehir ve içinde yaşayan herkes, her fikre, her yeniliğe açık ve cesurdu. Böyle bir ortamda olmak bana çok ilham vermişti ve bu cesaretle 2012'de kol düğmesi markası olarak yola çıktım.

**Osmanlı eserleri koleksiyonu yapan, tarihle ilgilenen bir ailesinin en genç üyesi olarak geçmiş ile gelecek arasında hiç sıkıştığını düşündüğün oldu mu?**

Kesinlikle düşünmüyorum. Zaten gelecek geçmişle çok ilişkili. Tarihten çok ilham alıyorum. İçinde büyüdüğüm ortam, estetik anlayışımı çok etkiledi. Antika bir fincandaki kuş figürü, Tibet halısında gördüğüm kaplan gibi formlar hep tasarımlarımda tekrar hayat buluyor. Aslında ben de geleceğin antikaları olacak tasarımlar çıkarmaya çalışıyorum.

**Sence günümüzde mücevher tasarımı nedir? Eski mücevher zanaatkarlığı ile kıyaslandığında nasıl farklılıklar ortaya çıkıyor?**

Günümüzde çok enteresan malzemeler ve teknolojiler çıktı ve bence bu da yaratıcılığı artırdı. Mesela plastik, ahşap, cam gibi 100 sene önce mücevher veya takı yapılması söz konusu olmayan malzemeler ya da 3D baskı gibi teknolojiler yaratıcılığını farklı şekillerde ifade etmek isteyenler için yepyeni araçlar oldular. Bununla beraber bir yandan özellikle Türkiye'de zanaatkarlık devam ediyor. Biz bütün mücevherlerimizi İstanbul'daki zanaatkarlar ile el yapımı olarak hayata geçiyoruz. Bu da her parçaya bir karakter veriyor.

**Değer dediğimiz kavram objede ne anlama gelir?**

Öncelikle objenin artistik olarak ne ifade ettiği çok önemli. Mesela kartondan yapılmış bir obje bile çok değerli olabilir; eğer sanatsal bir güzelliği, kendine özgü bir tasavvuru ve yeniliği varsa.

**Materyallerin değeri yeni çağda kişiliğimizle nasıl örtüşüyor?**

En iyi materyallerle yapılmış bir obje tabii ki harika olur ama biraz önce konuştuğumuz gibi bence sanatsal önemi malzemeden çok daha kıymetli, özellikle günümüzde.

**İçerisinde bulunduğumuz dijital çağda lüksün de anlamı değişmeye başladı. Bu konuda ne düşünüyorsun? Sence mücevherler "lüks" olarak gelecekte var olmaya devam edecek mi?**

Lüksün kişiselleşmeye başladığını ve bu yönde gideceğini düşünüyorum. Herkese göre lüksün tanımı farklı. Bazıları için güzel bir elbise, bazıları için harika bir yemek, bazıları için sessizlik, bazıları için ormanda koşabilmek, bazıları için en iyi servis olabilir. Mesela benim için sekiz saat uyku!

**Peki bu dijital çağda yeni şeyler yaratmak sence zor oluyor mu?**

Aksine dijital cağın yaratılan şeyleri farklı kitlelere ulaşmasını sağlamakta yardımcı olduğunu düşünüyorum. Yeni başlayan tasarımcılar, yaratıcı fikirlerle dijital dünyayı kendilerine özgü bir şekilde kullanıp, harika yerlere ulaşabilirler.

**Sosyal medyanın moda üzerindeki etkileri hakkında ne düşünüyorsun?**

Sosyal medya şu anda moda üzerinde en büyük etki sağlayan mecralardan biri ama bazen etki alanının negatif anlamda çok kuvvetlendiğini ve estetik algımızı tekdüze bir hale getirdiğini düşünüyorum. Tasarımcılar tabii ki sosyal medyayı kullanmalı ve haberdar olmalılar, ama bir yandan özgün, yenilikçi ve farklı olabilmek için uzak durulması gerektiğini düşünüyorum.

**Mücevher sektöründe 2020'li yıllardaki en büyük challenge sence ne olacak?**

Sosyal medya çok şekil değiştirecek ve bambaşka mecralar çıkacak. Markaların hızlı bir şekilde adapte olmaları gerekecek ve adapte olamayanlar oyunda kalamayacaklar bence.

"GÜNÜMÜZDE ÇOK ENTERESAN MALZEMELER VE TEKNOLOJİLER ÇIKTI, BU DA YARATICILIĞI ARTIRDI. MESELA PLASTİK, AHŞAP, CAM GİBİ 100 SENE ÖNCE MÜCEVHER VEYA TAKI YAPILMASI SÖZ KONUSU OLMAYAN MALZEMELER, YEPYENİ ARAÇLAR OLDULAR."
**Begüm Kıroğlu**

## CANSU AKIN
**Influencer**

**2010'lu yıllar sona eriyor ve 2020'ye giriyoruz. Instagram'ın 2012'de lanse edildiğini düşünürsek bir mecranın bu kadar hızlı gelişip yayılması hakkında ne düşünüyorsun?**

Çok hızlı gelişti ve her gün değişiyor. Ben bile bu kadar içinde olmama rağmen değişime hızlıca ayak uydurmakta zorlanabiliyorum. Ancak bir yanda da işimizin bu olduğu gerçeği var. Dijital dünyanın hızına hem kullanıcılar hem influencer'lar hem de markalar aynı anda uyum sağlamaya çalışıyor; artık çağımız bu ve yeni nesil çok çabuk yakalıyor!

**İlk post'unu ne zaman koyduğunu hatırlıyor musun? O günlerde bu mecrada öne çıkacak bir meslek yapacağın aklına gelir miydi?**

En aşağılara inmek epey vaktimi alıyor fakat 2013'ün sonu gibi ilk post'umu koymuştum; ayna efektli bir fotoğraf, yani 2 tarafta da ben. Sarı bir kabanım vardı ve fotoğrafın başlığı sanırım *"Bir ben eksiktim!"* gibi bir şeydi! O zamanlar tabii işlerin buraya geleceğinden habersizdim; Instagram sayfam stilini severek takip ettiğim insanlar ve kötü fotoğraflar/filtrelerden ibaretti. Bana ait olmayan ilham dolu fotoğrafları da paylaşıyordum, bir mağazada gezerken beğendiğim şapkayı fotoğraflayarak alışveriş rehberi gibi de kullanıyordum. O zaman influencer olmak sadece giydiklerini paylaşmaktı bence; hani biraz lookbook gibi. Şu an her türlü marka işbirliği ya da pek çok farklı avantaj mevcut. Her gün çok iyi fikirler, harika projeler ve sürekli gelişen içerikler görmek beni çok mutlu ediyor.

**Global platform ile karşılaştırıldığında ülkemizin "Influencer Marketing" alanında nasıl bir noktada olduğunu düşünüyorsun?**

Türkiye bu konuda bence dünya ortalamasına göre çok önde gidiyor. Reklam bütçelerinin dijitale kaydırıldığı bir dönemdeyiz. Hiç aklınıza gelmeyecek markalardan ilginç projeler çıkıyor. Ben globalde bu kadarına şahit olmuyorum açıkçası. Kullanıcıların aktif olması ve influencer sayısının sürekli artış göstermesi de buna etken. Örneğin İsviçre'ye baktığınızda influencer sayısı ve influencer işbirliği gerçekleştiren global ya da lokal marka sayısı Türkiye'dekinin yarısı kadar bile olamıyor. Ortaya çıkan isimlerin ve işlerin de genellikle moda ağırlıklı olduğunu gözlemliyorum. Bizim taraftaysa iletişimi yapılan konu eğitimden, buzdolabı poşetine kadar genişleyebiliyor.

**2020'ye giriş yaparken Instagram birçok yeniliği ve kuralı beraberinde getirdi. Explore ile like kısmının kalkması gibi. Sence sosyal medyanın bu bağlamda geleceği nedir?**

Instagram farklı şeyler denemeyi çok seviyor; siz de biliyorsunuz. Eğer like sayısını kaldırmak işleri daha kötü bir hale getirirse, çok hızlı bi şekilde her şey eski haline döndürülebilir. Kurumsal bir mecraya dönüşüp dönüşmemesi de bu yüzden beni çok ilgilendirmiyor çünkü hoşumuza gitmezse ertesi gün her şey çok daha iyi bir yönde değişebiliyor. Sosyal medyanın geleceğinde yepyeni bir mecra ve ona ayak uydurma çabamız mı olacak, ben de merakla bekliyorum. Fakat videonun gelmesi fotoğrafı öldürmedi; o nedenle bence henüz Instagram'ın zamanı var.

**İçinde bulunduğun sektörün sence en büyük sorunları nedir, gelecekte bunların ne yönde evrileceğini düşünüyorsun?**

Bana göre bu sektörün en büyük sorunu rekabet, negatiflik ve özgün olamama. Negatifliği biraz açacak olursam; nefret duygusunun bu kadar kolay bir şekilde yansıtılması, linç kültürünün beslenmesi ve dijital dünyada yaşanan kavgaların günlük hayatı etkiliyor olması beni korkutuyor. Bu sektörde var olmanın ve onaylanma isteğinin getirdiği açlık da öyle. Kullanıcıların, hepimizin, bunun bir anda bitebileceğini ve birey olarak bize profillerimizle paralel bir değer biçilmemesi gerektiğini hatırlaması gerekiyor. Rekabet ise hırsı getiriyor ancak bence herkes için yapılabilecek bir şeyler var bu mecrada; yeter ki özgün olunsun. Eğer kendinizi tarz olarak bir markayla gerçekten yakın görüyorsanız, bir noktada yollarınız mutlaka kesişecektir. Unutmayın ki onlar da kendileri için doğru olduğunu düşündükleri isimlerle bir araya gelmek istiyor. Benim için en önemlisi rekabete odaklanmak yerine özgür şeyler paylaşmaktan keyif almak.

**2010'ların en popüler meslekleri arasında influencer'lık var, sence bu popülarite 2020'lerde devam edecek mi?**

Influencer'lar her yenilikten anında haberdar olunmasını sağlayan, kullanıcıların yerine bir şeyleri deneyen ya da bir yerleri keşfeden, kısacası hayatı kolaylaştıran bireyler. Bence popülariteleri de uzun süre devam edecek. Ancak tabii giderek farklılaşan dijital sahnede neyin ne olacağı belirsiz. Yayın mecralarının popülaritesi değişebiliyor. Bir dönem popüler olan Vine yok oldu gitti mesela. Ya da blog yazarlarının pek çoğu Instagram'da aktif olamadı. Bunun gibi durumlarda mecra değişebilir ancak mecraları doğru ve etkili şekilde kullanan güçlü kullanıcıların popülaritesi hiç değişmeyecek gibi.

**Son zamanlarda influencer'lar birer marka haline gelmeye başladılar. Kendi markalarını kurup işbirliklerine imza atıyor. Senin gibi... Bu markalaşma süreci hakkında ne düşünüyorsun?**

Bunu gerçekten çok gurur verici buluyorum; yeter ki doğru influencer, doğru markayla işbirliği sağlasın. Birbiriyle uyuşan eşleşmelerde hem marka hem influencer için bir *"Voltron'u oluşturduk!"* hissi oluşuyor. Tabii çalıştığımız markaları hayatımıza adapte edebiliyor olmamız çok önemli.

## AHMET BERKMAN

**Urban Riders Kurucu Eğitmeni**

**Sence spor alanında son on yıla damgasını vuran en büyük değişim ne oldu?**

En büyük değişim ulaşılabilirlik oldu. Ekonomik gelişim ve dijitalleşme süreci ile birlikte spor alanında da sektörel anlamda ciddi bir büyüme gözlemledik. 2010'lara girerken büyük şehirlerde bile neredeyse bir elin parmağını geçmeyecek kadar stüdyo varken şu anda her kesime hitap edebilecek birçok farklı spor salonu ve konsepti ile karşılaşabiliyoruz. Bunun da temelinde, dijitalleşen dünyada insanların zevk ve taleplerinin daha hızlı ölçümlenerek karşılanabilmesi yatıyor.**Sağlıklı yaşama arzusu son zamanlarda gün geçtikçe artıyor. Bu artışın arkasındaki neden nedir? Spor konusunda insanların artık daha bilinçlendiğini düşünüyor musun?**

Bunun en büyük sebebi aslında teknolojik gelişim ve sosyal medya diyebiliriz. İnsanların bilgiye erişimi eskisine göre çok daha yüksek ve özellikle kendi bedeni için en iyi sonuçları nasıl alabileceği kısmında ciddi mesai harcadığını düşünüyorum. Bu da ciddi bir bilinçlenme ve harekete geçme isteği duyuruyor. Bir de insanların artık hayatlarını ve gurur duydukları şeyleri paylaştıkları sosyal medya hesapları var. Bu da bence fitness alanındaki gelişim için çok ciddi bir faktör.

**Birçok alanda olduğu gibi spor dünyasında da trendler oluşmaya başladı? Yöneleceğimiz spor dalına trend doğrultusunda mı yönelmek gerekir; ihtiyaca göre mi?**

Önemli olan kendinize harekete geçmenin taahhütünü vermek. Sonrasında eğer sizi trend olan spor dalı daha hızlı harekete geçirecekse onunla ilerlemekte hiçbir sakınca yok diye düşünüyorum. Vücudunuza iyi gelen her şeyi trend olsun olmasın deneyimlemek bence en doğrusu. Bu süreci en hızlı hangi yol size yaratıyorsa o yolu izlemenizde hiçbir sakınca yok.

**Dünyada tek spor türüne yönelik butik spor salonları her geçen gün artıyor. Ülkemizde de büyük spor salonlarından uzaklaşıldığını düşünüyor musun?**

Bence henüz bu kaymayı gözlemleyeceğimiz bir pazar Türkiye'de oluşmadı. Nufusa oranlayacak olursak daha normal spor salonları için bile çok ciddi bir büyüme potansiyeli var. Ama tabi bu demek değil ki butik konseptlere ilgi yok. Türkiye'de her alanda çok ciddi bir büyüme potansiyeli var diye düşünüyorum. Butik stüdyoların hizmeti ve deneyimi farklılaştırdığı noktalarda ilgiyi üzerine çekebileceği tartışmasız. Burada hizmet kalitesi, ürün, içerik ve deneyimi detaylandırma çok çok önemli. Biz de butik bir stüdyoyuz ve ülke pazarında yer edinmek için büyük salonlarla rekabet ediyoruz. Demin bahsettiğim konulara önem vermezsek, kendimize bir yer edinmemiz neredeyse imkansız hale gelir.

**Bisiklete binmek çok geleneksel bir alışkanlık. Spinning ise bu alışkanlığa yepyeni bir yön getirdi. Sence son on yılda bu alanda nasıl gelişmeler yaşandı? Peleton, SoulCycle çok konuşuluyor.**

SoulCycle dünyada spin akımının tamamen değişmesinin öncüsüdür. Bugün bisiklete binmek ile bizim yaptığımız spinning'in neredeyse hiçbir alakası olmayacak kadar farklı iki konsept olduğunu söyleyebilirim. Soulcycle'a bu değişimin öncüsü olduğu için tüm fitness sektörünün teşekkür etmesi lazım. Hiçbir popülaritesi ve çekiciliği olmayan bir antrenman modelini bağımlılık haline getirmeyi başardılar. Biz de bu akımın bir sonucuyuz diyebilirim. Spinning içsel rahatlama, kişisel gelişim, terapi ve antrenmanın buluştuğu ender noktalardan biri. İnsanlar spor yapmanın dışında, kendilerini yeniden keşfetmeye, dertlerinden arınmaya ve en önemlisi başarabilme duygularını kendilerine hatırlatmaya geliyorlar. Süreç içindeki gelişimleri ve aldıkları sonuçlar da hak ettikleri standardları kendilerinin belirleyebileceğini onlara gösteriyor.

**Dijital dönüşüm spor sektörünü nasıl etkiledi? Özellikle spinning uygulamalarını... 2020'li yıllara giriş yaparken önümüzdeki on yıllık süreçti sizce spor dünyasında bizleri neler bekliyor? En büyük challenge ne olacak?**

Dijital dönüşüm hardware ve software'in fitness alanında birleşmesi ile başladı. Peloton bisikleti stüdyoya canlı bağlayarak tüm olayı bambaşka bir yere taşıdı. Aynı şekilde akıllı saatler telefon ve bunların içindeki fitness uygulamaları gibi hardware'ler spor aktiviteleri ile birleşerek sporun teknoloji ile birleşimini sağladı. Sosyal medyada da bu verilerin paylaşımı olayın ölçeklenme hızını katlanarak büyüttü diyebiliriz. Bana sorarsanız önümüzdeki dönem en büyük potansiyel VR ve AR kısmında olacak. İdol sporcularınız ile VR ortamında özel dersleri ya da tropik bir adada dünyanın her yerinden online bağlanan katılımcılar ile online grup dersleri yapabileceğiz. Heyecan verici olduğu kadar insanı korkutmuyor da değil açıkçası.

> "DİJİTAL DÖNÜŞÜM HARDWARE VE SOFTWARE'İN FITNESS ALANINDA BİRLEŞMESİ İLE BAŞLADI. PELOTON BİSİKLETİ STÜDYOYA CANLI BAĞLAYARAK TÜM OLAYI BAMBAŞKA BİR YERE TAŞIDI."
> **Ahmet Berkman**

## CEYLAN ATINÇ

**L'Officiel Türkiye Moda Direktörü ve Stylist**

**Dijitalleşme süreciyle birlikte geride bıraktığımız son on yılda birçok alanda çok büyük radikal değişimler oldu. Sence moda alanında son on yıla damgasını vuran en büyük değişim ne oldu?**

Online satışa geçmek, moda sektörüne çok ciddi hacimlerle satış getirirken, "fast fashion" algısını hayatımıza soktu. Asla iki sezonla yetinmez olduk; daha fazla styling, dolayısıyla daha fazla stilist, daha çok çekim, daha çok fotoğrafçı ve model derken moda sektörü, maddesel anlamda ivme kazandı. Diğer taraftan bakarsak, sürdürülebilirliği azalttı, dünyaya daha çok kirlilik verecek olan bu fast fashion akımı ile tek tıkla her şeyi alır olduk. Tek tıkla üç bedenini birden alıyoruz, nasıl olsa iadesi var. Oysa ki onun lojistiği bile karbon ayak izimize kilometreler katıyor. Dijital çağın bir diğer getirisi ise sosyal medya. Belki de hiçbir sektör sosyal medyanın modayı etkilediği kadar hızlı ve efektif etkilenmemiştir dijital çağdan. Sokak modası, infulencer'lar, marka işbirlikleri ve güzellik algısı hiçbir zaman ulaşamayacağımız ülkelerle bile eş zamanlı elimizin altında artık. Dolayısıyla özgün kalabilmek, sosyal medya ve dijital çağ baskısından uzak kalarak moda dünyasında var olabilmek gün geçtikçe zorlaşıyor.

**Birçok köklü marka bu hıza yetişmek adına daha çok kapsül koleksiyon ile işbirliğine imza atıyor. Bu artan işbirlikleri hakkında ne düşünüyorsun?**

Büyük markaların dilinde hiç durmadan bir "sürdürülebilirlik" kavramı var. Öte yandan sürekli bir "al-al" baskısı yapıyorlar. Bana çoğu samimi gelmiyor. Sürdürülebilirlik daha fazla koleksiyon yapmak değil; tam tersi üretimi sürdürülebilir malzemeye dönüştürüp akıllı alışverişe yönlendirmektir. İşbirlikleri de tamamen pazarlama stratejisi tabii. Aynı üretim bandından çıkan aynı içerikli iki tişörtten birine tasarımcı ismi basınca o tasarımcıyı arzulayan kitleyi ya da en azından bir bölümünü avlamış oluyorsunuz. Bence sadece markalar değil, bu markalatın işbirliği yaptığı ünlüler veya tasarımcılar da dijital çağın getirisi olarak çevreye duyarlı bir hale getirmeliler artık ortaklıklarını. Bunu yapmadıkları sürece bana samimi gelmiyor söylemleri çünkü moda endüstrisi dünyayı kirleten en önemli sektörlerin başında yer alıyor.

**Son on yılda hayatımıza giren sence en ilginç trendler ne oldu?**

Bence "street style" diye adlandırdığımız "free style" son on yıla damgasını vuran trend. Serbest stil diye adlandırılıyor; çünkü çok hızlı değişiyor ve içinde aslında pek çok makro ve mikro trendi barındırıyor. Eski dönemlerde modanın değişimi on yıllar ile belirlenirken 50'ler, 60'lar 70'ler gibi, şu anda çok daha hızlı değişen akımlar var ve bunlar aynı anda kullanılabilir halde. Örneğin sneaker ve athleisure devam ediyor ama diğer yanda çok daha feminen, leopar desenlerin, stras taşlı avize küpelerin, ince bantlı sandaletlerin de yükselişi var. Bir kadın ikisini aynı gün içinde giyebiliyor ve adına rüküş değil "free style" diyoruz. Tam da bu noktada işte styling'in önemi ortaya çıkıyor; çünkü önemli olan yakıştırmak. İyi stilize edildiği sürece- ve fotoğrafta iyi durduğu sürece- her şey yeni bir akım olarak anında parlayabiliyor. Bu anlamda trendlerin gerçek belirleyicisinin stylist'ler ve stylist gibi çalışan ya da stylist ile çalışan influencer'lar olduğunu düşünüyorum.

**2020'li yıllara giriş yaparken önümüzdeki on yıllık süreçti sence moda dünyasında bizleri neler bekliyor?**

Eskiden podyum sokağı etkilerdi, şu anda sokak podyumlara ve dev modaevlerine yön veriyor. Yeni nesil çok sabırsız; altı ay sonraki Dior defilesini beklemek istemiyor. Anında "insta" olacak şekilde Kylie Jenner henüz defilede gösterilmemiş bir Dior çanta taktığı zaman onu arzuluyor. Geri sayımda ruj paleti satışı için dakika sayıyor veya Yeezy koleksiyonu için mağaza önünde çadır kuruyor. Dolayısıyla moda anlamında konjonktür çok değişti, old school pazarlama teknikleri hiç çalışmıyor. Bence moda sektöründe markaların en büyük savaşı "love brand" kalabilmek olacak. Yani doğaya ve insana değer veren, ayrımcılığa ve etik konulara duyarlı, hayvan haklarına saygılı, doğru iletişim ile doğru ürünü sana aldıran bir marka olmaları gerekiyor.

**Peki hangi markalar daha fazla yükselecek?**

Ben Kuzey Avrupa, Rusya ve Gürcistan'dan çok ilginç tasarımlar ve özgün markalar çıkacağını düşünüyorum. Takip ettiğim üç tane Rus ve Ukrayna kökenli marka var. Stratejilerini çok beğeniyorum. Ürünleri fiziksel olarak deneme ve dokunma şansım olmadı ancak styling ve marka konumlandırması olarak bambaşka bir yerde duruyorlar. Avusturalya da son dönemde radarımda olan ülkelerden. Tasarımda biraz risk alabilen markalar yukarı taşınıyor; Louis Vuitton erkek koleksiyonunda hiç olmadığı bir yerde duruyor, Virgil Abloh bundan çok değil beş yıl önce LV dünyasına belki de en uzak isimdi oysa ki. Ya da aynı şekilde Gucci'ye çok büyük bir ivme kazandıran Alessandro Michele büyük bir risk almasaydı o sıkıcılıktan nasıl kurtaracaktı? Bu örneklerdeki gibi sokağın sesini dinleyen, styling yönü güçlü, dijital çağa adapte olabilen ve onun gerekliliklerine cevap verebilen tasarımcılar güçlenecek. Tasarımda biraz risk alabilen markalar yukarı taşınıyor. Özetlemem gerekirse sokağın sesini dinleyen, styling yönü güçlü, dijital çağa adapte olabilen ve onun gerekliliklerine cevap verebilen tasarımcılar önümüzdeki yıllarda daha da güçlenecek.

## HAZAL EMRE

**Grafson Plak Ortağı ve CDO'su**

**Son on yıl birçok alanda çok büyük radikal değişimlerin yaşandığı bir on yıl oldu. Müzik sektörü de bunlardan biri. Sence geçen on yıldaki en büyük değişim ne oldu?**

En net değişim kasetten CD'ye, daha sonra da CD'den dijitale geçiş oldu. 2010'lu yılların başında Türkiye'de müzik dünyası sokaklarda gerçekleşen korsan CD satışları ile mücadele ederken hiç beklenmedik bir şekilde pazara dijital yükleme ve streaming kanallarının katılmasıyla sektör 180 derecelik bir değişim gösterdi. Geçtiğimiz on yıl dijital platformları benimseme ve tüketimin getirmiş olduğu hıza adapte olmayla geçti.

**Emre Plak'ın ikinci nesil üyesi olarak sence ilk kurulduğu 70'li yıllar ile 2010'lu yıllar arasında müzik dünyasındaki en büyük fark ne oldu?**

70'lerde müzik, gençliğe kimlik kazandıran ve kitleleri peşinden sürükleyen bir sanattı, ülkemizde Anadolu Rock ve arabesk oldukça yükselişteydi, sonrasında 90'lı yıllarla birlikte pop müzik ve Batı'ya yönelik alt yapıda sound'lar denenmeye başlandı. Son yıllarda da ise Türkçe rap yükselişte.
Dijital dünyanın getirdiği hızlı tüketim ve beraberindeki alışkanlıklardan müzik dinleme, izleme alışkanlıkları çok etkilendi, bence en büyük değişiklik içerik diyebilirim. Yaşam biçimlerimiz değişti, 70'lerde yapılan müzikler dönemin ruhunu yansıtan, çoğunlukla mesaj kaygısı içeren eserlerdi. Şimdiki şarkıların içerikleri o yıllara kıyasla çok farklı.

**Firma olarak kendinizi günümüze uyarlamak için nasıl girişimlerde bulunuyorsunuz?**

Emre Plak markası babam Hüseyin Emre'nin 1970 yılında kurmuş olduğu ve günümüzde aktif olarak güncel sanatçıların ürettiklerini piyasaya sunan köklü bir yapı. Bunun yanı sıra bir de Grafson Plak adı altında 50'li yıllardan 70'lere uzanan 45'lik plakların ağırlıklı olduğu bir markamız daha var. Grafson aracılığı ile amacımız öncelikle taş plakların da yer aldığı bu albümleri orijinal kayıtları ile dinleyiciye dijital platformlarda sunmak. Ve yeni nesil isimlerle iş birlikleri ile günümüz dünyasına nostaljiyi entegre ederek markamızın faaliyet sürdürdüğü konu başlıklarını zenginleştirmek.

**Apple Music, Spotify, Youtube Music gibi birçok mecra müzik sektörüne giriş yaptı. Bu teknolojik uygulamaların etkileri hakkında ne düşünüyorsun?**

Bir yanım ulaşımın kolaylığından bazı şeylerin değersizleşebildiğini düşünse de müziğe erişimin kolaylaşmasının ruha iyi geldiğine inandığım için olumlu yönlerine bakıyorum. Dünya değişiyor, gelişiyor ve her sektörde olduğu gibi müzikte buna ayak uydurmak durumunda, bu değişime kendi vizyonunu katarak markanı geliştirebilirsen güzel fırsatlar doğuracağına inanıyorum.

**Eskiden bir sanatçı her yıl albüm çıkarırdı, şimdi ise albüm çıkarma ve tanıtma süreci farklı. Ayrıca sürdürülebilirlik yok. Yeni Barış Manço'lar çıkmıyor…**

Barış Manço'nun bizim ailedeki yeri çok ayrıdır, onun gibi biri müzik dünyası için büyük şans. Ama şimdiki sanatçıları da kıyaslamamak gerektiğine inanıyorum, şu an imkanlar çok farklı, her türlü bilgiye ulaşım şu an çok rahat, dünyanın bir ucunda çıkan yeni bir müziği aynı anda dinlemek mümkün. Sürdürülebilirlik ne yazık ki yok, yeni bir albüm çıkıyor ve ben de çok sevdiklerimi saatlerce, günlerce dinliyor ve çok doğal olarak böylece daha kolay sıkılıyorum. Bu durum günümüzde her şey için geçerli, bu sebeple farklı olmanın, insanların ruhuna dokunmanın şimdi eskisinden bile daha kıymetli olduğunu düşünüyorum. Bu hız çağında her yıl albüm çıkarmak yerine üretilenleri zamana yaymak çoğu sanatçının tercihi olmaya başladı. Çünkü o albümdeki şarkıları bir oturuşta dinleyip tüketiyoruz, eskiden radyoda sevdiğimiz şarkı çalsın, müzik kanalında istediğimiz klibi izleyelim diye heyecanla ekran önünde beklerken şimdi anında istediğimiz müziğe ulaşabiliyor, klipleri dilediğimiz kadar, dilediğimiz yerde izleyebiliyoruz.

**Bir yandan en sevdiğimiz şarkıcıları Spotify'dan takip ederken bir yandan eski plakları toplama arzumuz daha da artıyor. Bu ikilemin nedeni sence nedir?**

Bence bu aidiyet duygusuna olan özlemimizden kaynaklanıyor.

**Dijital dönüşüm ile birlikte albümlerin hazırlanma sürecindeki teknolojiler de değişti. Türkiye olarak buna adapte oluyor muyuz?**

Oluyoruz diyebilirim, maaliyetleri düşürmek ve hazırlık sürecinin hızlanması için canlı enstrümanlar yerine dijital sound'lar kullanılıyor ama bunun avantaj ya da dezavantaj olduğunu söylemem mümkün değil.

**Birçok genç isim albüm çıkarmak yerine Youtube aracılığıyla kendini duyurmayı ya da şarkılarını Apple Music'te lanse etmeyi tercih ediyor...**

Genç isimler bağımsızlıklarını ilan ettiler ve dijital platformlardan kendilerini, hiçbir kalıba sığmadan dinleyicinin beğenisine sunabiliyorlar, bu büyük bir özgürlük.

**İçerisinde bulunduğun sektörde 2020'li yıllardaki en büyük challenge sence ne olacak?**

Müziğe ulaşımın bu denli kolay olduğu bir dönemde kalıcı işler yaratmak zor, müziğin rekabet ettiği diğer dijital mecraları da (Netflix, Podcast) göz önünde bulundurursak bunların arasından sıyrılıp kaliteyi korumak büyük bir challenge. Artık eve gidip müzik dinlemek yerine bir dizi açıyor, yolculuk ederken hızlı bilgi edinmek amaçlı podcast'ler dinliyoruz. Bana kalırsa müziğin bunlarla yarışı 2020'li yıllar için bu sektördeki en büyük challenge'lardan birisi.

## EMİRHAN PARALI

**Markus Ribs & Markus Tavern Kurucusu ve İşletmecisi**

**Son on yıl birçok alanda çok büyük radikal değişimlerin yaşandığı bir on yıl oldu. Bu bağlamda gastronomide nasıl değişimler yaşandı?**

Geçtiğimiz on yılda gastronomide yaşanan en büyük değişimleri sağlıklı yemeklere yönelim, glutensiz ürünlerin çeşitliliği ve avokado, kinoa ve kambucha gibi ürünlerin çeşitli varyasyonlarla menülerdeki yerini alması olarak açıklayabiliriz.

**Günümüzde yeme-içme nasıl bir deneyim tüketimi haline geldi?**

Aslında deneyim bir tüketim aracı haline geldi diyebiliriz. Gastronomi noktasında eşleşmeli menüler, koku ve esansların uyum sağladığı birliktelikler. Daha genel bir örnek vermek gerekirse beş duyunun da aktif olarak kullanıldığı deneyimler daha cazip hale geldi.

**Bu bağlamda Wondercats olarak çok güzel işlere imza atıyorsunuz. Türkiye'de bu tip deneyimsel çalışmalara ilgi nasıl?**

Wondercats olarak, bir yemek masasının etrafında geçen ve deneyime dayalı olan gizemli etkinlikler yapıyoruz ve gördüğümüz ilgiden oldukça memnunuz. Wondercats'te en çok önem verdiğimiz şeyler arasında; atmosfer, tat, prodüksiyon ve sanatın uyum içinde olması. Deneyimi zenginleştiren bir başka etmen bir daha aynı yemeğin tekrarlanmayacak olması.

**İnsanların lezzet algıları nasıl değişiyor?**

2000'li yılların sonunda daha fazla talep görmeye başlayan vegan, vejetaryen ve pesketeryan gibi beslenme şekilleri bizim ülkemizde biraz daha geç popüler oldu. Bununla beraber protein ağırlıklı diyetler ve sağlıklı ürünlere yönelimlerde artış söz konusu. Ben şahsen bu çeşitliliğin gastronomide bizleri yeni arayışlara ve yeni keşiflere yönlendirdiğini düşünüyorum. Örneğin avokado kullanımı 2000'li yıllarda dahi bu kadar popüler değilken şu an avokado tostu olmayan bir kafe neredeyse yok denebilir. Aynı şekilde Kombucha örneğini de verebiliriz. Gelecek yıllarda "locavore" akımı, yani yerel çiftliklerden gelen ürünlerle, gerçek anlamda organik beslenmeye olan ilginin daha da artış göstereceğine inanıyorum.

**Küresel ısınma ile birlikte birçok besin de tükenmeye başladı. Bu durumun gastronomiyi nasıl etkisi altına alacağını düşünüyorsun?**

İyi bir tabak iyi ürünlerden oluşur. Dolayısıyla küresel ısınma ve doğanın görmekte olduğu zarar, en nihayetinde bizim geçmişten bahsedeceğimiz, çocukluğumuzda özlediğimiz tatlara dönüşecektir.

**Bu konuda sen de çeşitli çalışmalar yapıyorsun? Biraz onlardan bahsedebilir misin?**

Bir restoran sahibi ve çevre konusunda gelecek kaygısı olan biri olarak, kendi işletmemiz olan Markus'ta misafirlerimize, tüm potansiyellerini kullandığımız ürünler içeren bilinçli tabaklar sunuyoruz. Neredeyse tüm kullandığımız ürünlerde normalde çöpe atılan kabuk ve sap parçalarından faydalandığımızı söyleyebilirim. Biyoyakıt üretimi için mutfaktan kalan fritöz yağlarını ve hayvansal yağları biriktirip bu üretimleri yapan tesislere veriyoruz. Geri dönüşümde bulunup, atıkların tekrar kullanılmasını sağlıyoruz. Kalan kemikleri ise barınaklarına bağışlıyoruz.

**Mindful beslenme, sürdürülebilir materyaller, farm to table konsepti, veganizm gibi birçok konu şu anda gastronomi sektöründe gündemde. Sence bu konulardan en önemlisi Türkiye için hangisi?**

Bence günümüzde bizim için en önemlisi sürdülebilir materyaller ve atıksız bir mutfak. Farm totable restoranların gelecekte daha fazla göreceğimiz bir konsept olacağını düşünüyorum.

**Önümüzdeki yıllarda bu trendlerin hangisi devam edecek? Bir yandan eskiye geleneksel tüketime dönüş gerçekleşirken bir yandan da Impossible Foods gibi firmalar tarafından etsiz etler üretiliyor.**

Beyond Meat ve Impossible Foods'ın bitki bazlı et tadında olan protein ürünleri hem ilgi görüyor hem de takdir ediliyor. Öyke ki global alanda birçok ünlü fast food markalarının menülerine girdiler bile. Bu aslında vejetaryenler için veya et tüketmeyi tercih etmeyen ama tadını özleyen kişiler için oldukça sevindirici bir gelişme. Ancak bu ürünlerin içinde, et ürünlerinde bulununan amino asitlerin tamamı bulunmadığı için yine de takviye ürünleri olarak dışarıdan alınması tavsiye ediliyor. Beni daha çok heyecanlandıran, labortuvarlarda üretilmeye başlanan ve yakın gelecekte ekonomik açıdan çok daha uygulanabilir hale geleceğini düşündüğüm, hayvan hücresinden üretilen etler. Bu çalışmaların hızlanması ve yaygınlaşması ile hayvan haklarında da olumlu gelişmelerin artacağını umut ediyoruz. Restoranlardaki trend değişiklikleri yine mutfaktan başlayacak. Mutfaklarının konumu git gide değişiyor. Artık kapalı kapılar ardında olmaktan ziyade açık mutfaklar tercih ediliyor. Bu şekilde hem gelen misafirler daha iyi bir deneyim yaşıyor hem de daha şeffaf bir alan oluşturulduğu için restoran çalışanlarının daha disiplinli ve hijyenik şartlarda çalışmasına teşvik ediliyor. En büyük değişikliğin evlere ulaşacak hazır yemekler olacağını düşünüyorum. Kolay ısıtma şekliyle hazır yemekler bize zaman kazandıracaki, atıkları minimuma indirecek.

**İçerisinde bulunduğun sektörde 2020'li yıllardaki en büyük challenge sence ne olacak?**

Azalan ürün kalitesi, artan rekabet ve müşterilerin hızlı değişen beklentilerini karşılamak.

## AHMET SAMİ ÖZBUDAK

**Oyun yazarı, Yazar ve Yönetmen**

**Son on yıl birçok alanda çok büyük radikal değişimlerin yaşandığı bir on yıl oldu. Ancak tiyatro bu değişime rağmen her zaman güncelliğini korumayı başarıyor. Sence onu bu kadar güncel kılan nedir?**

Çünkü tiyatro şimdiki zamandır; her şey o an yaşanır ve biter. Seyirciyle gerçekleşir ve birlikte bir hikaye yaratılır o yüzden hiç bir zaman teknolojinin alt edemeyeceği bir sanattır. Tiyatro çağımızla uyumlanır ama bitemez... Et, koku, duygular ve o an paketlenemez, dijitalleşemez...

**Peki sence geride bıraktığımız on yılda sahne performanslarında nasıl değişimler yaşandı?**

Artık hikaye ve hikaye anlatıcılığı önem kazanmaya başladı. Riskli dramatik yapılar, sıra dışı hikayeler ve karakterler tiyatronun konusu olmaya başladı. Bu anlamda Türkiye dizi piyasasıyla karşılaştırırsak şahane bir tiyatro içeriği oluştu diyebiliriz.

**Dijital dönüşümün, sosyal medyanın tiyatro üzerindeki etkileri ne oldu?**

Bence muazzam bir işbirlikleri var. Dijital öğeler hem oyunların yapımına ve içerğine hem de tanıtıma büyük katkı sağlıyor.

**Yeni neslin öne çıkan temsilcileri arasındasın. Bir önceki nesillere oranla sahneye ya da oyuna nasıl bir yenilik getirdiğine inanıyorsun?**

Çok risk alıyorum hem yazarken hem de yönetirken. Güvenli alanlarda tutmuyorum kendimi. Bu kadar yenilik arayışı içinde olunca da bazen eleştirilerin hedefi haline geliyorsunuz. Ama ne olursa olsun yenilenmekten vazgeçmem. Çünkü bu güdü sayesinde sıra dışı işler yapmayı başarabiliyorum.

**Çağdaş, etkileşimli tiyatrolar hakkında ne düşünüyorsun? Google Plus'ın bu konuda birçok deneyimsel girişimi bulunuyor. Gelecekte bu ne kadar ileri gidebilir?**

Bence bunun sonu yok. Yaşayacağız ve göreceğiz, demin de söylediğim gibi sadece teknoloji tarafından bakarsak yavan bir şeye dönüşür. Bu etkileşim tiyatronun kendi gerçeği ve teknoloji arasında eşit bir şekilde olmalı.

**Sence tiyatroda izleyici oyuna dahil olmalı mıdır?**

Tiyatro seyirciyle var olan bir sanattır ve zaten izleyerek aktörü ateşler, duyguları harekete geçirir.

**Dijital çağda yeni bir şeyler yaratmak zor oluyor mu? Neden artık klasikler çıkmıyor?**

Bir gün gelecek bu çağda üretilen her şey, gelecekte klasik olacak. Bunun kararına ancak büyük resme bakarak karar veririz.

**Netflix ve benzeri streaming programları sayesinde insanlar daha çok evlerinde vakit geçiriyor. Bu durum sence tiyatroları etkiliyor mu?**

Tiyatroları olumlu etkiliyor, çünkü dijital platformda izleyeceğin şeyin saatini artık kendin belirleyebiliyorsun. Bu durumda kalkıp oyuna gidebilirsin. Bir de Netflix gibi platformlarda yayınlanan güçlü dramatik işler seyircinin gözünü çok geliştirdi, bu da tiyatroyla olan bağlarını güçlendirdi.

**Sahne oyunlarının yanı sıra kitapların da büyük beğeni topluyor. Dijital dönüşüme rağmen yeniden kitap okumak trend oldu. Sence neden? Yavaşlama ve sadeleşme arzusu bunda etkili mi?**

Aynen, samimiyet arayışı, durmak ve bakmak arzusu, hayal gücünü işletme dürtüsü kitaplara ilgiyi artırdı. Bu kadar hızlı bir dünya hepimizin başını döndürüyor, kapıları kapatmak ve hikayelere dönmek böyle zamanlarda işe yarıyor.

**İçerisinde bulunduğun sektörde 2020'li yıllardaki en büyük challenge sence ne olacak?**

Bence koruma kalkanlarının daha da kalktığı daha cesur bir tiyatro izleyeceğiz. Geçtiğimiz 20 yılın hikayesini de tiyatroda sansürsüz izleyeceğiz.

"SAMİMİYET ARAYIŞI, DURMAK VE BAKMAK ARZUSU, HAYAL GÜCÜNÜ İŞLETME DÜRTÜSÜ KİTAPLARA İLGİYİ ARTIRDI. BU KADAR HIZLI BİR DÜNYA HEPİMİZİN BAŞINI DÖNDÜRÜYOR, KAPILARI KAPATMAK VE HİKAYELERE DÖNMEK BÖYLE ZAMANLARDA İŞE YARIYOR."
**Ahmet Sami Özbudak**

## RİNA ONUR ŞİRİNOĞLU

**500 Istanbul Yönetici Ortağı**

**Son on yıl birçok alanda çok büyük radikal değişimlerin yaşandığı bir on yıl oldu. Özellikle de teknoloji alanında. Sence bu on yıldaki en belirgin değişimler neydi?**

Bu son on yıldaki en büyük değişimlere bakıldığında, bunların aslında hayatımızı derinden etkileyen birçok ürün ve servis sağlayıcısının üzerine inşa edildiği teknoloji altaypıları ve sistemleri olduğunu görüyoruz. Bulut tabanlı yazılım sisteminin gelişmesi, mobil cihazların yüksekliğiyle beraber kullanıcıların cebine süper bilgisayarlar yerleşmesi ve *"decentralized"* dediğimiz dağıtılmış veri ve sistemlerin oluşması hayatımıza giren köklü değişikliklerin arkasındaki gizli kahramanlardan sadece birkaçı.

**Eskiden ulaşım alanında teknolojinin gelişeceği, uçan otomobillerin olacağı düşünülürdü ancak daha farklı alanlarda daha çok etki gösterdi. Etsiz et üretme, akıllı evler ve iletişim gibi... Gelecekte bizleri neler bekliyor?**

Özellikle Silikon Vadisi'nde insanoğlunu daha ileriye taşıyacak teknolojiler yerine, bir tuşla kapımıza dilediğimiz bir ürünün getirilebilmesini sağlayan platformlar ve türevi sistemler üzerine çalışılıyor olması çok eleştirilen bir konu. Bu döneme bakıldığında, insansız araçlardan, DNA editing sistemleri üzerine, uzay teknolojilerinden, kanser çözümüne odaklanan bioteknoloji şirketlerine kadar birçok derin teknoloji işi çıkmış bulunuyor. Fakat bunun yanı sıra, hayatımızı daha keyifli ve konforlu kılmak için kullanılan Uber'ler, Airbnb'ler ve Instagram'lar da mevcut. Önümüzdeki dönemde de insan odağının bu iki farklı tip teknolojiler üzerine çalışacağını söylemek yanlış olmaz. Bazı enteresan konular arasında yapay zeka tabanlı sağlık ve finans teknolojileri girişimleri, hayvan kullanımından uzak besin zinciri şirketleri ve iş gücünün geleceğini yeniden ele alan projeler yer alabilir.

**Teknoloji hayatımızı kolaylaştırmayı geçip nasıl hayatımız haline geldi?**

Dünya artık eskisinden de birbirine bağlı. Enformasyonun dağılma hızı eskiye göre binlerce kat daha yüksek. Bu aynı zamanda değişimin hızını artırdığı gibi, buna ayak uydurabilme ihtiyaçlarını da beraberinde getiriyor. Bu hıza ayak uydurmaya çalışmak bir seçim aslında, ama insanoğlu olarak büyük çoğunlukta bu seçimi yapmışız gibi görünüyor.

**Teknolojinin modern hayatın parçası olduğunu kabul etmek yeni neslin bazı aktivistlerine neden zor geliyor?**

Değişim her zaman zordur, buna sadece teknolojik değişimi kabul etmekteki zorluk olarak bakmamak lazım. Galileo, yüzyıllar evel dünyanın aslında güneş etrafında döndüğünü ispatladığı zaman Engizisyon Mahkemesi tarafından hapis cezasına çarptırılmıştı. Bildiğimiz doğrular ve alışkanlıklarımızı tehlikeye atan her yeni bilinmez, eleştiri ve korkuyla karşılanabilir. Ama bu, o gerçekliğin hayatımıza hükmedebileceği gerçeğini değiştirmiyor.

**Türkiye'de teknoloji alanında start up'lar yaratmak sence zor mu?**

Girişimcilik dünyanın her yerinde, inovasyon ekosistemlerinin en gelişmiş olduğu ülkelerde bile çok zor bir serüven. Fakat Türkiye'de özellikle, ekosisteme giren finansman ve likiditenin, Avrupa ülkelerinin yaklaşık 40-50 katı altında kalması işleri güçleştiriyor. Buna rağmen, Türkiye'den ve Türk ekiplerinden globalde başarı yakalamış girişimler çıkıyor.

**Oyun sektörü de son on yılda büyük değişim gösteren alanlardan. Atari, Game Boy ve Sega'larla büyüyen bir nesil olarak günümüzdeki yaratmaya çalıştığınız oyun sektörü hakkında ne düşünüyorsun?**

Türkiye, dünyanın en iyi oyun üretici marketlerinden biri. Bence bu son kullanıcı odaklı teknoloji alanında en başarılı olduğumuz konulardan biri. Türkiye'den çıkan *"Peak Games"*, *"Gram Games"*, *"Masomo"* gibi başarı hikayeleri buna örnek. Özellikle sosyal oyun alanında dünya liderlerindeniz.

**Oyun sektöründeki en büyük devrim ne oldu?**

Son on yıl içerisindeki en büyük devrimlerden biri mobil devrimi diyebiliriz. Önce konsol, sonra web, sonra sosyal medya tabanlı oyunlarımız, artık cebimize girdi. Bu da kullanıcıların favori oyunlarına hem erişimini artırdı hem de bu oyunlarda geçirdikleri süreyi onlarca katına katlayabildi.

**İçerisinde bulunduğun sektörde 2020'li yıllardaki en büyük challenge sence ne olacak?**

Dünyada ilk defa 2017'de özel teknoloji şirketlerinden değeri 1 milyar doları geçmiş "unicorn" şirketlerinden yüzde 50'sinden fazlası Amerika dışından çıktı. Dünyadaki birçok ülke ve ekosistemin bu teknoloji yarışındaki iddiası artıyor. Çin, Hindistan, Uzak Doğu, Latin Amerika, Nordik ülkelerinde büyük bir momentum var. Bu hızla gelişen, Türkiye olarak rekabet edebildiğimiz seviyede kalmak zor bir süreç.

"SON ON YIL İÇERİSİNDE OYUN SEKTÖRÜNDEKİ EN BÜYÜK DEVRİMLERDEN BİRİ MOBİL DEVRİMİ DİYEBİLİRİZ. ÖNCE KONSOL, SONRA WEB, SONRA SOSYAL MEDYA TABANLI OYUNLARIMIZ, ARTIK CEBİMİZE GİRDİ." **Rina Onur Şirinoğlu**

## BERİL OYMAK

**Vi Coffee & Healthyliving Kurucusu ve Vegan Şefi**

**Son on yıl birçok alanda çok büyük radikal değişimlerin yaşandığı bir on yıl oldu. Özellikle "sağlıklı yaşam" ve "sağlıklı beslenme" terimleri hayatımızın merkezine yerleşti. Bir anda bizleri sağlıklı olmaya iten sence ne oldu?**

Aslında bir anda olmadı tabii. İklim değişikliği, artan kirlilik ve kaynakların giderek tükenmesi bu düzenin böyle gitmeyeceğinin bir işareti aslında. Bu değişikliklerden en çok etkilenen biz insanlar olarak her geçen gün sağlımız üzerinde oynanan oyunlardan bahsetmek bile istemem. Soluduğumuz havayı, içtiğimiz suyu değiştiremiyoruz belki ama tükettiğimiz besinlerin genel sağlımız üzerindeki etkilerini çevremizde; yazılı ve görsel basında takip edip bir şeylerin farklılaştığını artık görebildiğimiz için, sağlıklı beslenmenin öneminin farkına vardığımızı düşünüyorum.

**Dijitalleşmenin etkisi olduğuna inanıyor musun?**

Kesinlikle. Elimizdeki tek tuşla tüm dünyaya ulaşabileceğimiz aletler ve ağ olmasaydı şu an bunları konuşuyor olur muyduk emin değilim. Beğendiğimiz ve takip ettiğimiz isimlerin, gerçek hayatını sosyal medya mecralarında tüm dünya ile paylaşması ve aslında bu görüntüyü yansıtmak için beslenmesine ne kadar dikkat ettiğini, ne yiyip ne içtiğini daha yakından tanımamanıza neden oldu.

**Sence wellness dünyasında geçen on yıla damgasını vuran en büyük gelişme ya da trend ne oldu?**

Sağlıklı kase kavramı, süper besinler ve tabii ki sağlıklı tarif içerikleri paylaşımı bence son yıllarda herkesin en ilgisini çeken konulardan.

**Eskiye oranla yeni nesil senin gibi vegan ya da temiz beslenmeye önem veriyor. Seni bu dünyaya çeken ne oldu?**

Üniversitede aktif spor yapmaya başladığım dönemde sağlıklı beslenmeye merak saldım. O zamanlar sağlıklı besin kavramı benim için kulaktan dolma bilgilerden ibaretti. Vücudumu forma sokmak için gerekli olduğunu düşünerek başlamıştım.

**Türkiye'de sağlıklı beslenmek, bu besinleri temin etmek ya da bu besinlere dışarıda ulaşmak sence kolay mı?**

Sebze-meyve yemek sağlıklı bir beslenme olduğuna göre bunu her yerde kolayca temin edebilirsin; biz sadece bu besinleri yanlış kombinasyonlar yaparak tüketiyoruz. Bir sebzeyi çok pişirerek besin değerini öldürüyoruz ya da meyveyi şekerlendirerek tatlı yapıyoruz. Türk mutfağı, vegan ya da vejetaryen beslenme için aslında oldukça geniş bir yelpazeye sahip. Bilinçli olmamız yeterli. Son zamanlarda Spirulina, Acai, Bluemajik ya da Maca gibi süper besinler sağlıklı beslenme için şartmış gibi gösteriliyor ama daha önce vücudumuzun hiç tanışmadığı besinleri vücutla tanıştırma fikri de bana bazen tuhaf geliyor.

**Peki ilgi nasıl? Sanki her geçen gün artıyor.**

Tabii ki, her geçen gün yeni açılan sağlıklı mekanlar buna en iyi örnek. Herkes daha bilinçli. Birçok hastalığın altında yatan neden aslında yediklerimiz, vücutta yarattığı enflamasyonlar. Önceden bir karın şişliği önemsenmezken artık yediklerimizin buna neden olabileceği biliniyor. Kaliteli yaşamak kimisine göre parayla endeksli olabilir ama güne sağlıklı bir bedenle uyanmak herkesin sahip olamadığı bir durum. Sağlıklıysan her şeyi yapabilirsin. Tabii durum şu aralar biraz farklı. Sağlıklı olduğu için yemek yerine, tabağın fotoğrafını çekip sosyal medyada paylaşmak, tabağın havalı ismini yazmak sağlıklı bir imaj çizmek için yeterli oluyor.

**Wellness trendleri, Google'da en çok arananlar arasında. Oysa ki sağlıklı yaşamak bir yaşam biçimi olmalıydı, trend değil. Ne dersin?**

Herkes kendinin en iyi halini sunmaya çalışıyor. Uzun yaşamak, genç görünmek eskiye göre daha önemli. Çünkü hayatımızı gözler önünde yaşayabileceğimiz, sürekli beğenilme isteği duyduğumuz bir platform yaratıldı.

**Wellness dünyasında adaptojenler, CBD'ler, juicing, ayurvedik beslenme gibi birçok başlık gündemde. Bunlar hakkında ne düşünüyorsun?**

Hepsi bir trend, her gün yeni bir şey çıkıyor. Birbirinin türevi olan şeyler. Takip etmek ve hepsini uygulamak imkansız. Ben vücuduma neyin iyi gelip neyin iyi gelmediğini yıllar içinde gözlemledim. Bilinçli besleniyorum. Bir akıma bağlı kalmıyorum bana uyarsa, beslenme düzenimin içine katıyorum.

**Senin aralarından uyguladığın, denediğin var mı?**

Ayuverdik beslenme son zamanlarda ilgimi çekenlerden. Yeni bir akım değil, binlerce yıldır uygulanıyor ama sağlıklı beslenmeyle beraber önemi ve bilinirliği arttı. Enerji ve denge uyumu diyebiliriz. Herkesin farklı enerjiler barındırdığını ve ona göre beslenmemiz gerektiğini söyleyen bir sistem. Üç farklı doşa içinde ben vata olduğumu düşünerek beslenme şeklimde düzenlemeler yaptım, bana iyi geldiğini düşünüyorum.

**İçerisinde bulunduğun sektörde 2020'li yıllardaki en büyük challenge sence ne olacak?**

Vegan beslenme giderek artıyor. Dijital dünyada, besinlerin hangi şartlarda işlenerek bize ulaştığı, bir hamburgerin geçirdiği süreç ve vücudumuzda yarattığı komplikasyonlar açık olarak sergileniyor. Çoğu global marka menülerine vegan içerikleri çoktan ekledi. Markaların vegan içerik üretmede yarış haline gireceğini düşünüyorum.

## MAYA PORTAKAL BİTARGİL

**Portakal Yönetim Kurulu Üyesi ve Galeri Direktörü**

**Dijitalleşme süreciyle birlikte geride bıraktığımız son on yılda birçok alanda çok büyük radikal değişimler oldu. Sence sanat alanında son on yıla damgasını vuran en büyük olay neydi?**

2010 yıllarda sanat daha fazla kişiye dokunma şansına sahip oldu. Hem ülkemizde hem de tüm dünyada. Birleşemeyeceği düşünülen kuvvetler sanat ve spor sayesinde yan yana gelir. Yüzyıllar boyunca bu böyle olmuştur. Hızlanan dünyada bunu çok daha net görebiliyoruz. Louvre Müzesi'nin Abu Dhabi'de açılması, sanat tarihi ve günümüz güçlerini en iyi şekilde örnekliyor açıkçası. Birkaç ay önce Osman Hamdi Bey'in resimlerinin Londra'daki satışı, Türk sanatının dünya sanatı piyasasındaki dönüm noktası olmuştur.

**Meslek hayatının ilk günlerini bu değişimler yaşandığı dönemde geçiren biri olmak seni nasıl etkiledi?**

Meslek hayatım, üniversiteden sonra başladı desek bile 2010'dan önce başladı ki bu işin içine doğdum denebilir. 4-5 yasından itibaren annem ve babam sayesinde dünyam böyle şekillendi. 2005-2006'dan bu yana çalışıyorum. İşim, aslında yaşam biçimin.

**Peki baban Raffi Portakal'ın sanat anlayışıyla seninki arasında farklılık oluştu mu?**

Oluşmaz mı; elbette oluştu. Üstelik sadece babamla değil insanın kendi içinde bile zamanla farklılıklar oluşuyor ve oluşmalı. Öğrenmenin, gelişmenin en büyük ölçüsü değişim, değişebilme.

**Sanat sence bu son on yılda nasıl bir kavram haline geldi?**

Sanat nedir? Dünya var oldukça bu soru her zaman sorulacak ve bence büyülü tarafı da hiçbir zaman net bir cevabın olamaması.

**4. nesil temsilcisi olduğun Portakal Sanat Evi'nde çok uzun bir süredir müzayedeler gerçekleştiriyorsunuz. Dijitalleşme ile birlikte sence müzayedelerin gerçekleşme şekilleri de değişti mi?**

Elbette. 105. senemiz. Müzayedeler, sergiler, özel satışlar... Dijitalleşme sanat dünyasında, her sektörde olduğu gibi çok önemli. Yayılabilmeyi, büyük kitlelere dokunabilmeyi mümkün kıldı. PortakalShop, Instagram'da, Türk ve uluslararası sanatçıların print ve edisyonları ile sanatseverleri birleştireceğimiz yeni bir platform.

**Lüks ve sanat birbirlerini nasıl besliyor?**

Sanata bakmak, öğrenmek, sanatı dünyamızın içine almak her bütçeye sahip insanın kendi dünyasına katabileceği zenginlik. Müzeler, bienaller ve daha niceleri. Sanat sayesinde herkes dünyasını büyütebilir.

**Deneyim sanatın neresinde? Sence sanatçının deneyimi olmalı mıdır? Yoksa günümüzdeki gibi sanatseveri de dahil etmeli midir?**

Unutulmamalı bugün klasikleşmiş sanat eserleri yapıldıkları gününün çağdaşlarıydı. Eser her zaman sanatçının deneyimidir. Sadece sanatçının değil; onu izleyenin de deneyimi haline gelir.

**Yeni nesil koleksiyonerler hakkında ne düşünüyorsun? Dijital dönüşüm süreci onları da etkiledi mi?**

Elbette etkiledi. Doğru bilgiye ulaşmayı bildikten sonra dijital dünya müthiş bir bilgi hazinesi.

**Son zamanlarda görsel-işitsel enstalasyonlar, sahne performansları ve teknolojinin dahil olduğu sanat eserleri artmaya başladı.**

Tabii... Kavramsal sanat bugün en çok konuşulan irdelenen meselelerden biri. Sahne performansları sanatçıyı eserini yaratırken izleyebilmek çok kıymetli.

**2020'li yıllarda özellikle öne çıkacak bir sanat anlayışı var mı?**

Yeniliğin peşinde koşarken, emin koşmak. Hızlı adım atarken, sağlam basmak benim mecburiyetlerim. Sanat anlayışı her zaman dünyanın gidişatını sorgular, yeni sorular sorar, cevap arar. Bir nevi başkaldırış. Sanat 2020'de de dünyanın içinden geçtiği ve geçeceği zamanı irdeleyecektir.

"SANAT NEDİR? DÜNYA VAR OLDUKÇA BU SORU HER ZAMAN SORULACAK VE BENCE BÜYÜLÜ TARAFI DA HİÇBİR ZAMAN NET BİR CEVABIN OLAMAMASI... SANAT SAYESİNDE HERKES DÜNYASINI BÜYÜTEBİLİR."
**Maya Portakal Bitargil**

## EFE KESGÜN

**Mim İnterni Kurucusu ve İç Mimar**

**Geride bıraktığımız son on yılda mimari alanda nasıl değişimler yaşandığını düşünüyorsun?**

Hızla değişen dünyamızdaki gelişmeler her sektörde olduğu gibi mimaride de etkin oldu. Teknolojik açıdan büyük bir gelişim olsa da daha çok fikren değişimler yaşanıyor. Son on yılda hızla gelişen bir modernizm söz konusu. Yatay mimariden dikey mimariye geçiş oldu. *"Less is more"* felsefesi etkisini sürdürüyor. Eskiden daha büyük devasa evler tercih edilirken şimdilerde ise daha kompakt, daha işlevsel evler tercih ediliyor.

**Son yıllarda hayatımızı trendler yönlendirmeye başladı. Sence mimari de trendlerden etkileniyor mu? Yoksa daha kişiye özel şekillenen bir alan mı?**

Mimarinin de kendine özgü trendleri dönemsel olarak değişiyor ve uygulamalarda görülüyor. Dünyanın globalleşmesi ve sosyal medyanın gücüyle de mimarlar ister istemez birbirlerinden etkilenerek güncel trendleri belirler hale geldi. Ama kişisel zevklere göre biçimlenmiş mekanlarda trendlerin büyük bir önemi yok. Hem trendleri hem kişisel zevkleri en akıllıca şekilde bir arada kullanmak bana daha yakın geliyor.

**Fikrini inşa edebilen bir mesleğe sahipsin. Dijitalleşmenin arttığı bugünlerde fikirlerin somutlaşması zor oluyor mu?**

Hayallerimin fikre, fikirlerimi ise görünüre dönüştürmek yani somutlaştırmak mesleğimin en keyifli yanı. Dijital teknolojinin kullanımının son beş yıllık gelişimini kıyaslarsak toplumsal olarak elde edilmiş kazançlar aynı oranda mimari alanda da birçok somut imkan sağladı. Digital çağda fikirlerini teknoloji yardımı ile yaratmak, aktarmak elbette daha kolay. İlham almak, büyük eserlere dair araştırma yapmak, esinlenmek, bilgi toplamak bu çağda tabii ki daha kolay. Ama dijital çağ ile birlikte sosyal medya öyle bir hal aldı ki genel anlamda yaratıcılığı körelten ve tek tipleştiren bir yanı olduğunu söylemem gerekir.

**Ülkemizde mimari nasıl bir yönde ilerliyor? Bu meslek dalının genç bir üyesi olarak hayallerin nedir?**

Aslında şu an itibari ile dönemi yansıtan herhangi bir tarzda belirgin bir öğe yok. 1000 yıllık süreci yapılarda incelediğimizde hangi yıla ait olduğunu çok net bir şekilde görebiliyoruz. 15. yüzyıl ve 17. yüzyıl Osmanlı mimarisinin en güzel örneklerini daha sonra Rönesans'ın etkisiyle değişimi ve Cumhuriyet dönemi başlangıcında ayrıştırabiliyoruz. Ancak son 50 yılı içerisindeki ayrışma sadece kat yükseklikleri ile kendini hissettiriyor. Aynı projeler farklı ülkelerde tekrar olarak karşımıza çıkarken ülke mimarisini yansıtacak tarzda eserler maalesef görülemiyor. Hayalim ise ailemden aldığım eğitim ve mimari bilgileri bir sonraki nesillere aynı şekilde aktarıp "Mimyapı Mimarlık ve Mim İnterni" olarak marka ismini aynı başarılarla devam ettirebilmek.

**Doğa dostu/sürdürülebilir materyaller, enerji tasarrufu, akıllı ev teknolojileri 2010'lu yıllarda mimaride öne çıkan başlıklar her geçen gün artıyor. Mimarinin geleceğinde bizleri neler bekliyor?**

Gelecekte nelerin olabileceğini tahmin etmenin pek mümkün olduğunu düşünmüyorum ama insanoğlunun araştırmacı ve keşfedici rolü sayesinde oluşan her yenilik bugünümüzü de yenileyecektir. Barınma ihtiyacı hiçbir zaman yok olmayacağı için günün koşullarına göre evrilecektir. Burada güzel olan hızlı bir şekilde güncelleniyor olmaktır.

**İçerisinde bulunduğun sektörde 2020'li yıllardaki en büyük challenge sence ne olacak?**

Bence artık insanlar şehir hayatından gittikçe uzaklaşıp kendilerine zaman ayırma çabası içinde. Kalabalık ortamlardan kaçış söz konusu. Dikey mimari yerini tekrar yatay mimariye bırakacak gibi.

> "DİJİTAL TEKNOLOJİNİN KULLANIMININ SON BEŞ YILLIK GELİŞİMİNİ KIYASLARSAK TOPLUMSAL OLARAK ELDE EDİLMİŞ KAZANÇLAR, AYNI ORANDA MİMARİ ALANDA DA BİRÇOK SOMUT İMKAN SAĞLADI. DİGİTAL ÇAĞDA FİKİRLERİNİ TEKNOLOJİ YARDIMI İLE YARATMAK ELBETTE DAHA KOLAY. AMA SOSYAL MEDYA ÖYLE BİR HAL ALDI Kİ YARATICILIĞI KÖRELTEN BİR YANI OLDUĞUNU SÖYLEMEM GEREKİR. **Efe Kesgün**

# YENİ YIL HEDİYENİZ ONLARA GELECEK OLSUN

WWF TÜRKİYE

Evlat edinin.
Yaşam alanlarının
korunmasına destek verin.

# MÜCEVHER

## 146. İNGİLTERE'DE BİR PARİZYEN
Cartier'nin Londra'daki yenilenen mağazası, mücevher tutkunlarının dikkatlerini üzerine çekiyor.

## 150. BAŞTACI ELMAS
Kaliteleri ve tasarımlarıyla baş döndüren tektaş yüzüklerden favorilerimizi seçtik.

## 160. SİYAHIN BÜTÜNSEL GÜCÜ!
Siyah seramik saatlerin kusursuz görünümleri...


Dior

# İNGİLTERE'DE BİR PARİZYEN

**Her ne kadar Paris'te doğmuş olsa da Cartier, Londra'daki ikonik mağazasıyla bir nevi İngiliz. Bu kültürden uzun yıllardır beslenen marka, Bond Street mağazasının yenilenmesiyle köklerini iyice sağlamlaştırıyor.**

Yazı DİLRUBA KARAKÖSE

Dünya üzerinde hangi ülkeye giderseniz gidin, o ülke elbette kendine has kültürü, tarihi ya da mimarisiyle sizi kendine çekecek güce sahiptir. Ancak içlerinde bazıları her bir detayıyla ikonikleşmiştir ki İngiltere de bunların başında geliyor. En başında Keltler'e kadar uzanan zengin tarihiyle başlı başına konu edilebilecek bir ülke olurken, modadan müziğe, sanattan edebiyata insanlığa pek çok armağanıyla oldukça ayrı bir yere sahip. Birleşik Krallık'ın bu kadar cezbedici bir konumda olmasının başlıca noktalarından biri, popüler kültürün de bir parçası haline gelen kraliyet sistemi. Günümüzde hala var olan kraliçe, prens ve prenseslik kavramları, İngiltere'yi daha da masalsı bir yer haline getiriyor. Her sokağının buram buram tarih kokması ve mimarı açıdan hayran bırakan yapıları, kabul etmek gerek ki insanın içinde defalarca ziyaret etme isteği uyandırıyor. Saraylar, katedraller, alabildiğine yeşilliğin bulunduğu huzur veren parklar derken gezip görülebilecek yerler listesi epey kabarık. Bunlar dışında moda başkentlerinden biri olması da Londra'yı ikonikleştiren başka bir detay. Alexander McQueen, Stella McCartney ve Burberry, trend belirleyici markalar arasında her sezon beğeni toplamayı başarıyor. Güneşin batmadığı Birleşik Krallık'ta, sahip olduğu İngiliz kökleriyle doğan markalar olduğu gibi bu ülkenin kültüründen şekillenenler ya da farklı taraflarını ortaya çıkaranlar da yok değil. Ayrıca durum sadece moda markaları için de geçerli değil elbette. Yüksek mücevherciliğin temel taşlarından birini oluşturan Cartier, her ne kadar Fransa'da doğmuş

İlk olarak 1909 yılında açılan Cartier Bond Street mağazası, 2018 yılında yenilendi. Geçtiğimiz ekim ayındaysa bu ikonik renovasyon opnuruna birçok etkinlik gerçekleştirildi.

olsa da çok uzun yıllardır İngiliz kültürüyle haşır neşir olmuş durumda ve tabii ki bu ülkenin duruşundan beslenerek ortaya koyduğu tasarımları bir hayli fazla. Ancak bu ilişki oldukça eskilere dayanıyor. O yüzden köklerine geri dönmekte ve nasıl başladığını öğrenmekte fayda var.

**FRANSA'DAN İNGİLTERE'YE**

1847'de Louis-François Cartier tarafından Paris'te kurulan Cartier'nin, en sadık müşterilerinden biri 1900'lü dönemlerin İngiliz taht varisi Galler prensi Edward oluyor. Hatta öyle ki kendisi *"Kralların Kuyumcusu ve Kuyumcuların Kralı"* lakabını markaya uygun görüyor. Kraliçe Victoria'nın ölümünün ardından 1902'de Edward'ın tahta geçmesiyle birlikte Cartier'nin ilk mağazası ise Pierre Cartier tarafından New Burlington Caddesi'nde yerini alıyor. 1909'da ise kardeşi Jaques Cartier'nin Londra mağazasının başına geçmesiyle şu anda da aktif olarak mağazasının bulunduğu New Bond Caddesi'ne taşınıyor. Bir koleksiyoner olan ve sanatla da bağı bulunan Jaques Cartier 1922'de *English Artworks* isimli atölyenin kurulmasına da olanak sağlarken, Cartier tasarımlarıyla hem İngiliz toplumunun beklentilerine cevap verebiliyor hem de işin içine beklenmedik detaylar eklemeyi ihmal etmiyor. Markanın estetiğini de göz ardı etmeyerek Parizyen ruhunu İngiliz asaletiyle birleştirip, ikisini güçlü bir sentez haline getirmeyi başarıyor. 1928 yılında Cartier'nin en ünlü parçası haline gelen ve Hint oyma taşlarından oluştuğu için doğu ve batının evliliği olarak gösterilen *"Tutti Frutti"* isimli saç aksesuarının Kontes Edwina Mountbatten tarafından satın alınması ise sosyal statüsünün sağlamlığını gösteriyor. Cartier'nin Londra'da açtığı ilk mağazasından itibaren yakın ilişkide olduğu kraliyet ailesi, ortaya çıkan parçaların da seyrini etkiliyor tabii. Kral VI. George'un eşi Elizabeth Bowes-Lyon için özel olarak hazırlattığı *"Halo"* isimli taç, yıllar içinde hem Prenses Elizabeth hem de Kate Middleton tarafından kullanılıyor. Cartier, mücevher tasarımlarıyla elbette çığır açmayı başarmış bir marka ancak saatleriyle de nam salmayı ihmal etmiyor. 60'lı yılların Swing tarzından ilham alarak oluşturduğu *"Crash"* isimli saati yaratıcılığın sınırlarını zorlarken, Cartier DNA'sı ve İngiliz kültürünün iç içe geçmiş dokusunu gözler önüne seriyor. Cartier Londra'nın hakimiyet alanını mücevher ve saatlerin dışına çıkarması da ne kadar yeniliklere açık bir duruşu olduğunu kanıtlıyor. Londra mağazasının açılışıyla beraber kraliyet iznini alan ilk yabancı mücevher markası olma özelliğini taşıyan Cartier, o yıllardan beri İngiliz Kraliyet Ailesi'yle olan bağını yakın tutuyor. Markanın kraliyet ailesiyle olan yakın bağlılığına saygı niteliği taşıyan ve her yıl düzenlenen polo turnuvası *"Cartier Queen's Cup Tournament"* da bunun göstergelerinden biri.

**KÖKLÜ MAĞAZANIN YENİLENİŞİ**

Takvimler 2018'i gösterdiğinde ise bu köklü markanın Bond Street'teki ikonik butiği, dokuz aylık bir renovasyona tabi tutuluyor. Yeni mağazanın iç mekanı, modern dokunuşlar ve huzur verici renk tonları eşliğinde göz kamaştırıcı bir görünümle yenilenirken, markanın sadelikte saklı asaletini gözler önüne seriyor. Cartier'nin mabed olarak konumlandırdığı üç ikonik mağazasından biri olan butiğin yeni dokunuşunda Fransız mimar Bruno Moinard'ın imzası var. Beş katlı binanın giriş kısmında ziyaretçileri mücevher, saat ve aksesuarlar karşılarken, erkekler için de ayrı bir kısım bulunuyor. İkinci katta yer alan La Résidence bölümü ise yemek odası, bar alanı, deneme odası gibi alanlardan oluşuyor. Butiğin üçüncü katında da Cartier tasarımcılarının neredeyse bir asır boyunca ayakta tuttuğu *English Artworks* atölyesinin çalışmaları yer alıyor. Dördüncü kat ise randevu alınarak ziyaret edilebilen, Cartier'nin gizli hazinesi sayılabilecek arşivlerini barındırıyor. Arşivde 30 bine yakın eskizden Pierre Cartier'nin yaptığı masraf dökümlerine kadar bir tarihi tekrar yaşatabilecek birçok detaya yer veriliyor. New Bond Street butiğinin yenilenmesine özel Cartier imzası taşıyan vintage bir saat koleksiyonu da görücüye çıkarılması ise şehrin güzelliğine ve markanın yaratıcılığına da bir saygı niteliği taşıyor. 60'lı yıllarda ürettiği *"Crash"* isimli saatin, 18 karat altından ve pırlantalardan hazırlanan ve ayda sadece bir adet üretilen versiyonu da sadece New Bond Street butiğine özel olarak müşterilere sunuluyor.

**İNGİLİZ KÜLTÜRÜNE SAYGI**

Geçtiğimiz ay ise hem açılışa hem de markanın bu şehre olan bağlılığını kutlamak için özel etkinlikler gerçekleştirildi. *"The Year of Cartier"* bunlardan biri oldu. Aralarında ikonik İngiliz model Twiggy, sanatçı ve sahne tasarımcısı Es Devlin, erkek giyiminde güçlü bir yere sahip olan Wales Bonner'ın kurucusu Grace Wales Bonner ve moda fotoğrafçısı Mary McCartney'nin yer aldığı, İngiliz kültürünün birer parçası olan tüm bu isimler, Londra'ya olan bağlılıklarından bahsettiler. Sonrasında Chiltern Firehouse'da düzenlenen ve Cartier'nin Londra mirasını kutlamak üzere gerçekleştirdiği özel davet ise müzik, moda ve sinema dünyasından Rita Ora, Carey Mulligan, Mark Ronson gibi isimleri bir araya getirdi.

LÜKSÜN SEMBOLÜ PARİZYEN CARTIER, İNGİLİZ KRALİYET AİLESİ'NDEN ALDIĞI GÜÇLÜ REFERANSINI, LONDRA'DAKİ YENİLENEN MAĞAZASINDA TAÇLANDIRDI.

Cartier'nin mabedi olarak gördüğü beş katlı Londra mağazasında markanın zengin bir arşivi yer alıyor.

Une demi-heure avec un prince de la joaillerie moderne
Monsieur Jacques Cartier

Zümrüt kesim pırlanta, on elmas, "Tiffany Blue Book 2018" yüzük, **TIFFANY & CO.**

Armut kesim pırlantalı, beyaz altın, "Privée" yüzük, **MESSIKA**

Yastık kesim elmas, mikro pave pırlantalı, beyaz altın yüzük, **DAVID MORRIS**

# BAŞTACI ELMAS

Platin ya da beyaz altın tektaş yüzükler, değerli taşların kraliçesi olarak nam salmış elması baştacı ediyor.

Hazırlayan EMILY MINCHELLA

Beyaz altın üzerine, zümrüt kesim 3,80 karat kare pırlanta ve çevresi 138 adet pırlantalı yüzük, **ADLER**

Merkezinde ve çevresinde elmaslarla bezeli, platin "Icône" yüzük, **VAN CLEEF & ARPELS**

Armut kesim ve baget kesim pırlantalarla bezeli, beyaz altın, "Paris, vu du 26" yüzük, **BOUCHERON**

Pırlantalarla bezeli, beyaz altın, "Les Ciels de Chaumet" koleksiyonuna ait "Étoiles Étoiles" yüzük, **CHAUMET**

Markiz ve armut kesim pırlantalarla bezeli, platin, "Bridal Couture" yüzük, **HARRY WINSTON**

BARUT
HOTELS

baruthotels.com

444 96 00

*Farkında Yaşa*

# Baş koleksiyon

**Place Vendôme'daki ilk mücevherevi Boucheron, yüzyıldan fazla bir süredir tasarımları ve "ışık şehri" arasında derin bir bağ kurdu. 2011'den bu yana markanın tasarım direktörü olan Claire Choisne, bizi Paris'teki "vu du 26" koleksiyonunu tanıtmak için Hôtel de Nocé'nin yenilenen salonlarında ağırladı.**

Yazı HERVÉ DEWINTRE

Claire Choisne bizi tutkularında misafir ediyor. Kendimizi zarif, sıcak ve kullanışlı büyük bir salonda buluyoruz. On sekizinci yüzyılın hayranlık uyandıran çini duvar kağıtları ile itinayla zenginleştirilmiş bir kütüphane ile genişletilmiş keyifli bir yemek odası, ortasında Noé Duchaufour-Lawrance'ın tasarımı dev bir kanepe bulunan, her adım attığımızda yumuşaklığını hissettiğimiz Tai Ping marka bir halı serili salonda gün batımının verdiği ışık karşılıyor bizi. Ayrıca bu lüks ve rahat oda, Paris'in hayran olunası banyosundan hemen önce yer alıyor. Küvetin Vendôme sütununu gören penceresinin nefes kesen bir manzarası olduğunu unutmadan söyleyelim. Hôtel de Nocé'nin daha yeni renove edilmiş ikinci katındayız. Daire, Pierre-Yves Rochon tarafından dekore edilmiş. Cartier'de dört yıllık mükemmel bir kariyer geçiren ve sonrasında Boucheron'un CEO'su olan Hélène Poulit-Duquesne de Bay Rochon'a iç dekorasyon konusunda yaratıcı fikirleriyle destek veriyor. Evet, Boucheron'dayız. Yüksek mücevher aşıkları, bu yaşam alanını çok iyi bilir. Müdavimlerin dediği gibi, burada; *"26 numara"*da, güncel mücevher sanatının doğduğu yerdeyiz. Bıkmadan tekrarlamalıyız ki ilk olarak Place Vendôme'u yüksek mücevher dünyasının merkez üssü yapmaya karar veren Boucheron'du.

**Claire Choisne, Boucheron tasarım direktörü.**

Bu bina mücevherevinin ruhunu bünyesinde barındırıyor. Dostluk, şefkat, bağımlılık, karşılıklı hayranlık, yardımseverlik ve bazen suçluluk olan duygular bütünü, Boucheron ve Paris arasında dokunan aşk bağlarını özetliyor. Bu duygular, mücevherevi ve Fransa başkenti arasında tam 161 yıldır bulunuyor. Claire Choisne bunu çok iyi biliyor. Bu nedenle, yeni yüksek mücevher koleksiyonunun dayandığı tüm bölümlerde binanın özünü yansıtmayı seçmiş. Ve çarpıcı sanatsal bakış açısıyla kendini ifade eden büyüleyici bir kültürel lüks oyun alanı yaratmış. Koleksiyon için tasarım direktörü *"Bu sadece Paris'i mimari açıdan onurlandırma değil. Aynı zamanda yaptığım izlenimler sonucunda kurguladığım hayalperest bir Paris'i de ifade ediyor."* diyerek açıklıyor. *"Sanki kadınları Paris'ten parçalarla süslemek istiyorum."* Paris ve 26 numara. Koleksiyon, Hôtel de Nocé'nin duvarlarından başlayıp uzakta, ufukta Grand Palais'in ışıltılı cam çatısı ve Palais Garnier'nin bakır kubbesini taçlandıran şöhret arasında bir yerde yer alıyor.

İlk bakışta etkileyici olan, koleksiyonu oluşturan benzersiz parçalarda göze çarpan kuvvetli işçilik birikimi. Tasarım direktörü, *"Boucheron'da bir yenilik geleneği var. Kadın özgürlüğünün hizmetinde bir yenilik geleneği."* diyor. Ünlü gerdanlık *"Point d'interrogation"*, 1879 yılında Frédéric Boucheron tarafından tasarlandı. Bir tavus kuşu tüyünden esinlenilmiş ve gizli bir yay ile donatılmış, tokaları olmayan bu gerdanlık, defne

Fotoğraf DR Çeviri Dilara Yılmaz

2 kal 1 öde
%40'a varan
indirim
6 aya varan taksit imkanı

# Kış detoksuyla yenilenmenin tam zamanı

Şubat 2020'e kadar **The LifeCo Bodrum** ve **The LifeCo Akra Antalya**'da konaklama ve well-being programları

- Kişiye özel detoks ve sağlıklı beslenme programları
- Destekleyici well-aging terapileri ve uygulamaları
- Bedensel, zihinsel ve ruhsal yenilenme
- Doğa içinde, sakin ve dinlendirici atmosfer
- Yoga & meditasyon seansları, workshop ve aktiviteler
- Program boyunca destek veren uzman ekip

www.thelifeco.com BODRUM | ANTALYA | PHUKET | AJMAN /thelifeco

yaprağı ile bezenmişti. Böylece kıymetli işçilik şairane biçimde mücevher takma rahatlığıyla birleşti.

Yapraklar, gerçek bir görüntü oluşturmayı sağlamak için ultra modern işlemler (Bir önceki "*Ebedi Çiçekler*"e adanmış koleksiyonda uygulanmış işlemle aynı) kullanılarak tasarlandı. İncelikli bir titizlikle, üflemeli cam ile yapılan minyatür titanyum bitki örtüsü ile bir kış bahçesine ev sahipliği yapan zümrüt boncuklar adeta ponponu canlandırıyordu. Cesaret, çizimin zenginliği ve işçiliğin canlılığı ile değil, aynı zamanda malzeme seçimine öncülük eden gösterişte de gelişir. Palais Garnier'deki Pegasus kadar etkileyici bir atın, ateşli vücudunun kabartmasını, buzlu kaya kristaliyle gösterişli bir bileklikte görebiliriz. Ya da Place Vendôme'un yağmurdan beyaza boyanmış kaldırım taşlarını, buzlu kristal bitişler ile elmaslarla süslenmiş bir kolye üzerinde görerek üstün ustalık elementlerinin şehirciliğin gücüyle birleştiğine tanıklık edebiliriz. Koleksiyonun tepe noktası ise zanaatkarlar tarafından yaratılan bir taş. Oniks, kaya kristali ve beyaz akitanın kalbi olan bir kakma çalışması, anıtsal bir merdivenin hipnotik baş döndürücülüğünü yeniden oluşturuyor. Bu hayallerdeki taşı yaratmanın ne kadar araştırma ve sabır gerektirdiğini hayal bile edemeyiz. Mücevherevi, köklerine göstermek istediği saygıyla Işık Şehri'nin ruhunu daha iyi canlandırmak ve değerli taşları yüceltmek için kendisine bağlı klişelerden uzaklaştırmak istiyordu. Paris bir klişe ise, Boucheron şüphesiz en güzel kanıtıdır.

**"Armoiries" armut kesim imparator topazı ve elmas kaplı sarı altın gerdanlık. "Duo Taille Émeraude", sarı beril zümrüt kesim, beyaz altın üzerine siyah lake, elmas kaplı oniks yüzükler; Boucheron "Paris, vu du 26" yüksek mücevher koleksiyonu.**

LE MERIDIEN
ISTANBUL ETILER
T +90 212 384 03 50
lemeridienistanbul.com
ExploreSpaIstanbul@lemeridien.com

EXPLORE SPA
by Le MERIDIEN

YOĞUN TOPLANTILARA VE
ŞEHRİN KOŞTURMASINA

# EXPLORE SPA'DA BİR MOLA VER!

Yıl sonuna kadar tüm masaj ve cilt bakımı paketlerimizde %25 indirimden yararlanmak için sizleri Explore Spa'ya davet ediyoruz.

/lemeridienistanbul

# İhtişamlı 20. yıl kutlaması

**Dior Joaillerie'nin kreatif direktörü olan Victoire de Castellane, "Gem Dior" ile markanın en geniş koleksiyonunu yaratıyor.**

Yazı DİLRUBA KARAKÖSE

Bir tasarımcı için markasını sağlam temeller üzerine kurması ve bu doğrultuda kendi çizgisini yansıtması elbette çok önemli. Peki başka bir marka sınırları içinde bunu gerçekleştirmek; hatta o markanın DNA'sıyla, sahip olduğu vizyonu harmanlayabilmek... Hangisi daha zordur tahmin etmek zor. Ancak Victoire de Castellane'in 1999 yılından beri Dior Joaillerie için gerçekleştirdiği, tam olarak ikinci tanıma uyuyor.

Markanın yüksek mücevher departmanının kurulduğu andan itibaren kreatif direktör olarak görev yapan Castellane, her koleksiyonunda çıtayı biraz daha yükseklere koyuyor. Doğal motiflerden tutun da popüler kültürün parçası olan öğelere kadar pek çok şeyden ilham alan tasarımcı, belki de kariyer hayatının en iddialı çalışmasını *"Gem Dior"* isimli koleksiyonla yapıyor. Dior Joaillerie'nin en kapsamlı koleksiyonu olma özelliğini taşıyan Gem Dior, aynı zamanda markanın 20. yıldönümünü kutlayarak özel bir anlama sahip oluyor. Victoire de Castellane'in hayal gücünü ön planda tuttuğu, renkli taşlar eşliğinde şiirsel bir dokunuşla hayata geçirdiği 99 farklı mücevher, Dior'un masalsı dünyasına da başarılı bir şekilde adapte edilmiş durumda. Yakut, elmas, zümrüt, turmalin, pembe safir, tsavorite ve tanzanit ise yüzüklerden kolye ve küpelere kadar pek çok parçayı süsleyen değerli taşlardan. Kesim tekniğinin yanı sıra renk kombinasyonları da Gem Dior koleksiyonunu bir harmoni içinde sunuyor. Mücevherlerin görselliğiyle birlikte nasıl görücüye çıktığı da bir hayli önemli. Venedik'te bulunan Palazzo Labia sarayında düzenlenen özel bir baloda tanıtılan mücevherler, ilk defa modeller eşliğinde sunularak marka tarihinde bir ilke imza atmış oldu. Dior'un kreatif direktörü Maria Grazia Chiuri tarafından sadece bu balo için tasarlanan elbiseler ise bu unutulmaz anın birer parçasıydı.

Hilton
ISTANBUL MASLAK

# 2020
# YENİ YILDA
# Seninle Olmak Var Ya

**31 Aralık'ta Eda ve Metin Özülkü ile aşk dolu bir yeni yıl gecesi**

2020 yılını karşılarken şehrin en ışıltılı balo salonunun seçkin atmosferinde, beş aşamalı gurme tatlardan oluşan menümüz ile yeni yılı gerçek bir şölene dönüştürüyoruz.

**Bilgi ve rezervasyon için:**
0212 305 1020
0538 051 4679

Yeni yıla özel konaklamalı tekliflerimiz hakkında bilgi almayı unutmayın!
**2020@hiltonistanbulmaslak.com**

**Büyükdere Caddesi, No:233**
**Maslak, Sarıyer, İstanbul**

**Program Akışı:**
20:00 Yeni yıl kokteyli, orkestra müziği eşliğinde
20:30 Gala yemeği başlangıç
21:15 Bahar Koçak ve Özülkü Orkestrası
22:30 Eda ve Metin Özülkü
01:00 - 02:00 Dj performansı

# İki kültürün kesişimi

**Arkadaşlığın ve değişik kültürlerin hikayesine sahip İTÄ Fine Jewelry, "Encantada" isimli ilk koleksiyonuyla mücevherlere farklı bir soluk getiriyor.**

Yazı DİLRUBA KARAKÖSE

Äfet Burcu Salargil ve Inesita Capó tarafından kurulan İTÄ Fine Jewelry, hem Porto Riko hem de Türk kültüründen izler taşıyarak sentez bir marka olma özelliği taşıyor. Öğrencilik yıllarından bu yana aralarında güçlü bir arkadaşlık ilişkisi bulunan Salargil ve Capó, tasarım ve mücevher alanındaki tutkularını güçlü bir ortaklığa çevirmiş. Markanın ve ilk koleksiyonları Encantada'nın detaylarını konuştuk.

**Markanızın ismi ne anlama geliyor?**

"İTÄ" İspanyolca ve Latince'de "küçük şey/küçücük" anlamına geliyor. Bir nevi bizdeki "-cık" küçültme eki gibi. Tüm mücevherlerin hem samimi hem de minik tasarımlar olması bizi bu isme yöneltti. Aynı zamanda baş harflerimiz olan İ ve Ä'nın birleşimini sembolize eden artı sembolünü T'ye çevirdik. A harfi ayrıca birbirine yaslanmış, sırt sırta vermiş iki arkadaşı temsil ediyor. Yani hem arkadaşlığımızı anlatan hem de tasarımlarımızın özelliklerine vurgu yapan bir ismimiz olsun istedik.

**Mücevher markası kurmaya nasıl karar verdiniz?**

Mücevherin kalıcılığı, bir hikayeyi avucunun içinde tutabilme hissi vermesi, bir gün sevdiklerinize ya da çocuklarınıza bırakılabilecek bir hatıra değeri taşıması ve değerini kaybetmemesi, yapmak istediğimizin bu olduğunu gösterdi. Ayrıca Ines'in Türkiye ziyaretleri sırasında her daim gittiğimiz Kapalıçarşı'daki ustalarla yıllardır süregelen iletişimimiz de bizi bu yönde motive etti.

**Çok kültürlü bir marka olmanın size kazandırdığı avantajlar var mı?**

Markamız, Kapalıçarşı ustalarının zanaatlerini, Amerika ve Avrupa ülkelerinde sergileme imkanını oluşturdu. Ülkemizde çok yüksek kalitede işler yapılıyor ve bunun yabancı pazarlarda da mutlaka bir karşılığı var. Ayrıca farklı kültürlerden gelmemiz, tasarım sürecine de daha evrensel yaklaşmamızı sağlıyor. Böylece koleksiyonumuzda her iki kültürden birebir yansımalar taşıyor.

**Markanızın DNA'sını nasıl tanımlarsınız?**

Kullanan kişinin sadece bir mücevher takmış olması değil sanki bir hikayeyi avucuna almış hissiyatı yaşamasını arzu ediyoruz. Stil sahibi, gezgin, özgür ruhlu, çok kültürlülüğe inanan, tasarımların geçmişi olmasına önem veren mücevher tutkunlarına hitap ediyor diyebiliriz.

**Encantada isimli ilk koleksiyonunuz nasıl hayat geçti?**

Encantada İspanyolca *"Tanıştığımıza memnun olduk"* anlamına geliyor. Ayrıca enchanted yani "büyüleyici" anlamında da kullanılıyor. İlk koleksiyonumuzu hazırlarken *"Markamızı mücevherseverlerle tanıştırmaktan memnun olduk"* demek istedik.

**Encantada iki kültürden ne gibi ortak değerler barındırıyor?**

Hem İTÄ Fine Jewelry markası hem de *"Encantada"* koleksiyonunda bol bol renk görmek mümkün. Renklerin birçok duyguyu tetiklemesi ve vurgulaması nedeniyle her zaman renkli bir marka olacağımızı baştan beri tasarlıyorduk diyebiliriz. Hem bizim hem de Porto Riko'nun çok zengin ve renkli bir kültürü var ki parçalarımızın bunu yansıtmasına önem verdik. Özellikle şans getirdiğine ve kötülüklerden koruduluğuna inanılan tasarımlar gerek her iki kültürde de yer alması gerekse evrensel olgular olması açısından ön plana çıkıyor.

**Koleksiyonda farklı seriler yer alıyor ve bunların en popüler hale geleni Atabex. Onu bu kadar özel kılan nedir?**

İlk günden beri *"Atabex"*e karşı çok büyük bir ilgi ve sevgi var. Atabex, tarih öncesi Karayipler'de yaşamış yerel halk Tainolar'ın en önemli tanrıçalarından. Kendisinin güneşi, ayı ve denizi doğurduğuna, yağmuru ve rüzgarları getirdiğine, bereketi temsil ettiğine inanılıyor. Her şeyden önemlisi de Atabex kendi kendisini doğuran bir tanrıça. İTÄ olarak bizim için de kendimize en yakın bulduğumuz özelliği bu oldu. Tıpkı bizim İTÄ'yı hayatımızın bu dönemde yaratarak kendimizden tekrar yeni enerji doğurduğumuz gibi.

**En önemli ilham kaynağınız ne oldu?**

Melez bir marka olarak ilhamımızı genelde çok kültürlülükten aldık diyebilirim. Ağırlıklı olarak Porto Riko'nun tarihi ve kültürel sembollerinden esinlensek de tasarımlarımıza mutlaka Türk kültüründen de izler taşıyan dokunuşlar ekliyoruz.

**Mücevher tutkunlarını nasıl bir koleksiyon bekliyor?**

Koleksiyonda pırlantanın tüm tonlarının yanı sıra birçok değerli renkli taşı da birlikte kullandığımız parçalar ve mineli ürünler mevcut. Bir diğer ilgi gören ürünümüz ise *"Buenos Días"* serisinde yer alan güneş şeklindeki *"Ear Jacket"*. Yine kıkırdağa takılan farklı küpelerimiz var. Yüzük, kolye, bileklik ve küpeler de koleksiyonumuzda yer alıyor.

**Porto Riko'nun çok renkli kültürü ile ülkemizin titiz zanaat anlayışı İTÄ Fine Jewelry markasının göz alıcı mücevher tasarım-larında buluşuyor.**

Siyah seramik, "Royal Oak Tourbillon Extra-plat" saat,
**AUDEMARS PIGUET**

Cilalı siyah seramik, kuvars, "Black Diamond Eagle" saat,
**BELL & ROSS**

Siyah seramik, otomatik kadraj, "Tag Heuer Carrera" saat,
**TAG HEUER**

Siyah seramik, otomatik kadraj, "Luminor GMT" saat,
**PANERAI**

# SİYAHIN BÜTÜNSEL GÜCÜ

Siyah seramiğin elegan ve bir o kadar dayanıklı yapısı size zamansız tasarımlar vadediyor.

Hazırlayan EMILY MINCHELLA

Siyah seramik, "Classic Fusion" saat,
**HUBLOT**

Siyah yüksek dirençli seramik ve çelik, "J12 Phantom" saat,
**CHANEL HORLOGERIE**

Siyah kumlanmış seramik, "Octo Finissimo Automatique" saat,
**BULGARI**

Siyah seramik, "True Thinline Colours" model saat,
**RADO**

LIGHT
IT UP
W ISTANBUL'DA
MÜZİKLE DOLU YENİ BİR YILA
HAZIR MISIN?
31.12.2019
3 FARKLI SAHNE, 20 DJ VE
9 SAAT KESİNTİSİZ MÜZİK
W LOUNGE, HIP HOP - DISCO - POP
SECRET GARDEN, AFRO - HOUSE - EXOTIC
E-WOW SUITE, PREMIUM HOUSE STAGE
DETAYLI BİLGİ İÇİN:
wistanbul | 0212 381 21 21
BUGECE.co | Biletlere bugece.co adresinden ulaşabilirsiniz.
Süleyman Seba Cad. No: 22 Akaretler, İstanbul, 34357
wistanbul@whotels.com | www.w-istanbul.com
W
ISTANBUL

MODANIN EN 'COOL' HALİ

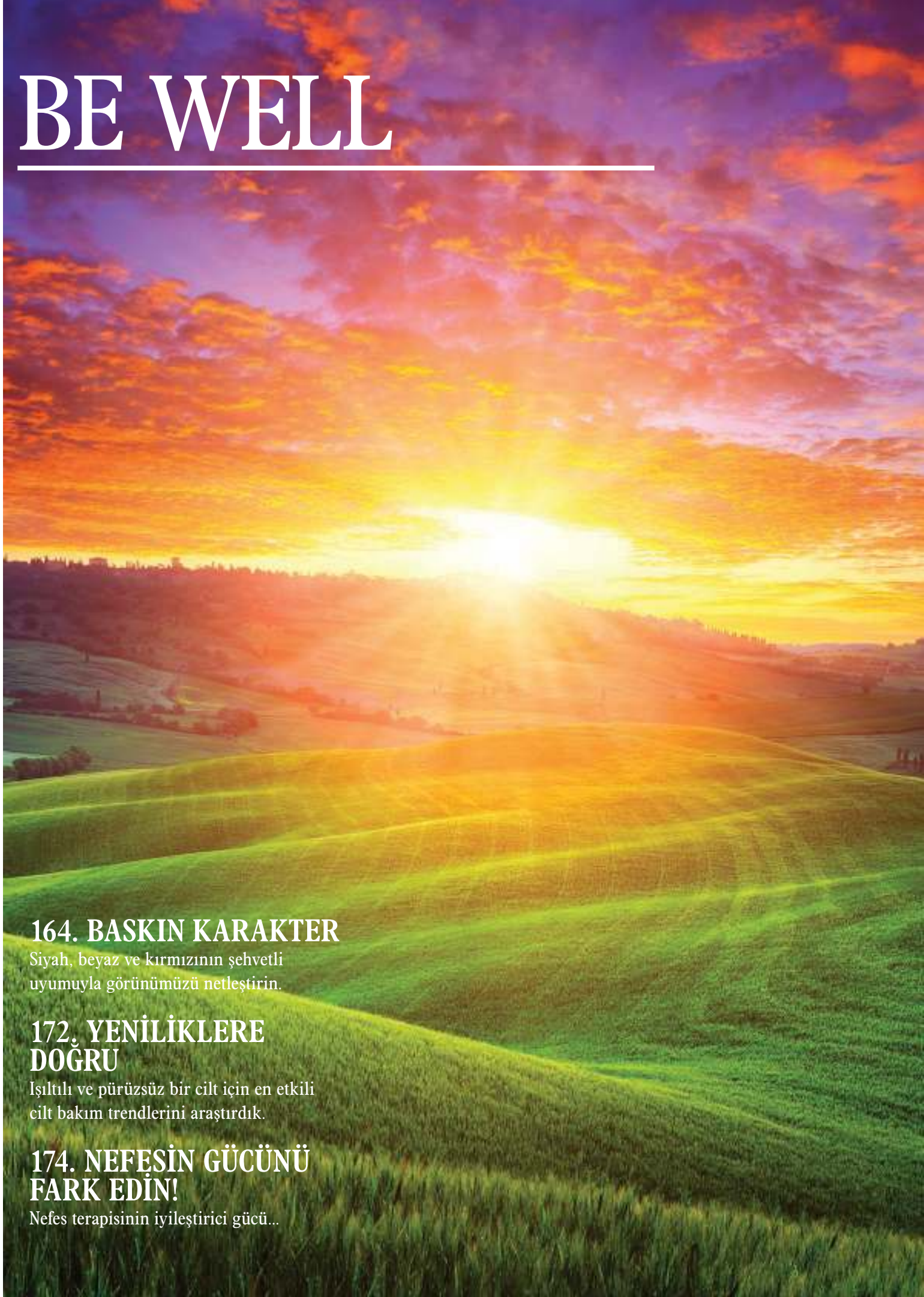
# L'OFFICIEL

EKSTRA İÇERİĞİYLE

Dergilik VE MAGZTER DIGITAL MAGAZINE STORE 'DE

OMMEDYA

# BE WELL




## 164. BASKIN KARAKTER
Siyah, beyaz ve kırmızının şehvetli uyumuyla görünümüzü netleştirin.

## 172. YENİLİKLERE DOĞRU
Işıltılı ve pürüzsüz bir cilt için en etkili cilt bakım trendlerini araştırdık.

## 174. NEFESİN GÜCÜNÜ FARK EDİN!
Nefes terapisinin iyileştirici gücü...


Fotoğraf Getty Images

# 1. BASKIN KARAKTER

**Siyah, beyaz ve kırmızının tutkulu uyumuyla görünümünüzü netleştirin. Yalnızca maskara, eyeliner ve ruj uygulayarak baskın renklerin yüz hatlarınızı ortaya çıkarmasına izin verin.**

1. Baked Highlighter Moonlight Pearls, **Elf,** aydınlatıcı pudra, 49,90 TL 2. Even Better, **Clinique,** fondöten, 225 TL 3. Kiss Kiss, **Guerlain,** ruj, 269 TL 4. Blur&Go, **Lancôme,** matlaştırıcı stick, 290 TL 5. Volume Effet Faux Cils Noir Radical, **YSL Beauty,** maskara, 255 TL 6. Subversion Lashprimer, **Urban Decay,** maskara bazı, 160 TL 7. L'Absolu Rouge 132 Caprice, **Lancôme,** 270 TL 8. Les 4 Ombres Lumières et Opulence, **Chanel,** far paleti 9. Le Vernis Pure Black, **Chanel,** oje 10. Shade Adjusting Drops, **The Body Shop,** renk tonu açıcı, 99,90 TL 12. Love Me Maison Rouge, **MAC,** ruj, 105 TL 14. Prep+Prime, **MAC,** ruj bazı, 129 TL 15. Crystal Pressed, **Nars,** sabitleyici pudra, 275 TL 16. Always on Gel Eyeliner, **Smashbox,** eyeliner, 165 TL

Yazı Zeynep Şenolsun

# GÜZELLİĞİN BİR ÜST SEVİYESİ

*Estetik Cerrahi ve Medikal Uygulamalarda, Estetiğe Sanatsal Bakış Açısı...*

*"Doctor B"*
*Op. Dr. Bülent Cihantimur, Dünyaca ünlü estetik, plastik ve rekonstrüktif cerrahı*

İSTANBUL • BURSA
www.estetikinternational.com
+ 90 444 77 07

ESTETIK
INTERNATIONAL

# 2. ŞİŞELENMİŞ MUTLULUK ÖZLERİ

**Kış aylarının gelmesiyle parfümlerde artan odunsu, narenciye ve misk notaları içinizi ısıtırken aynı zamanda etrafınızdakilere de sıcak tebessümler yaratacak.**

**1**

**GECENİN SICAKLIĞI**
Lüks kokuları en iyi şekilde harmanlayan parfüm markasının yeni serisine eklenen kokuya bergamot, yasemin, menekşe ve baharatlı notalar eşlik ediyor. Güçlü içerikleri yumuşatmak için pirinç pudrası notası ve misk yer alıyor.
A Good Night Kiss, Roja Dove, 100 ml, 3.625 TL

**2**

**LÜKSÜN KOKUSU**
Adını kırmızı Akdeniz mercanı coralium'dan alan, Marco Polo'nun Doğu'ya yolculuklarından ilhamla tasarlanan Coralia parfümü, üst notalarındaki pembe biber ve mandalina özüyle büyüleyici bir hava yaratıyor.
Bvlgari, La Gemme Coralia, 100 ml, 2.319 TL

**3**

**İLHAMI VİKİNGLER**
Bütün Avrupa saltanatlarının tercih ettiği Creed, bu sefer de ilhamını Vikinglerden alıyor. Sicilya limonu, pembe biber tanesi ve lavanta özü gibi rahatlatan kokuların narenciye ile odunsu notalarla uyumunu taşıyor ve bu içerikler Creed'e özgü elde üretim metotları ile hayat buluyor.
Creed, Viking, 100 ml, 2.457 TL

**4**

**BİR KADINLIK MANİFESTOSU**
Bir kadının farklı kişiliklerinden ilham alan parfüm, kendinden emin, cömert, sıra dışı ve hayat dolu kadınlara rehberlik ediyor. Eşsiz, duygusal ve yoğun olarak özetlenen Mon Guerlain ailesinin yeni üyesi Intense parfümü vanilya, yasemin ve sandal ağacının derinliğini odunsu notalarla süslüyor.
Guerlain, Mon Guerlain Intense, 100 ml, 1.175 TL

**5**

**BİR BUKET MUTLULUK**
Kadının baştan çıkarma gücünü harekete geçiren koku misk, inci çiçeği ve güllerden olan zarif notalarıyla kokunuzu adeta bir bukete dönüştürüyor. Yumuşak notaları canlandıran tonka fasulyesi ile siyah ve beyaz sedirin odunsu notalarıyla çekiciliğin gizemine şahit oluyorsunuz.
Narciso Rodriguez, Narciso Rouge, 90 ml, 829 TL

Yazı Zeynep Şenolsun

head & shoulders

YENİ

# BU KIŞ
# DERİNLEMESİNE NEMLENMİŞ KEPEKSİZ* SAÇLAR

**Hindistan Cevizi Yağı ile**

*%100'e kadar, düzenli kullanımda, gözle görülür kepeklerde.

# 3. BAKIŞLARINIZIN YARATICISI OLUN

**Göz çevresi problemlerine karşı zaman kaybetmeden harekete geçmeye ne dersiniz? Zira kış, bunun için en uygun mevsim.**

Yazı ZEYNEP ŞENOLSUN

Yaş, cinsiyet demeden herkesin ortak sorunu olan göz çevresi problemleri estetik açıdan oluşturduğu olumsuz görünüm sebebiyle kişileri kozmetik ürünlerinden yardım almaya teşvik ediyor. Canlı, dinamik ve genç görünmenin sırrı bakışlardan hatta bakışları bile etkileyen sağlıklı bir göz çevresinden geçiyor. Probleminiz ne olursa olsun sağlıklı bir göz çevresi, aydınlık bir "siz" yaratıyor. Cerrahi operasyon gerektiren ya da gerektirmeyen uygulamalar arasından kendi ihtiyacınızı keşfederek güneşin çok güçlü olmadığı kış aylarında bu işlemlerden faydalanın.

## HER YAŞIN SORUNU KIRIŞIKLIKLARA KARŞI

Yirmili yaşlardaki gençlerin bile şikayetçi olduğu kırışık göz kenarlarına karşı en etkili tedavinin, gözlerin dış kenarlarına yapılan minik dozlardaki botoks enjeksiyonu olduğunu söyleyen Dr. Mustafa Karataş, düzenli yapıldığı sürece ileriki yıllarda oluşacak çizgilerin önüne geçilebileceğinin altını çiziyor. Karataş ayrıca bir diğer etkili tedavilerden olan lazer sistemleriyle de cildi içten dışa onararak çizgi görünümlerini yumuşatmanın mümkün olduğunu söylüyor. Önerdiği *Emerge* lazer ve botoks enjeksiyonunun birlikte kullanıldığı sonuçlarda ise her zaman daha başarılı sonuçlar elde edildiğini vurguluyor.

## AMELİYATSIZ GÖZ ÇEVRESİ ESTETİĞİ

Yorgun görünmenizin sebebi düşük göz kapakları ise cerrahi müdahale gerektirmeyen yöntemlerle onlardan kurtulabilirsiniz. Göz çevresi estetiği ile daha zinde, canlı ve genç bir görünüme kavuşabilirsiniz. Batıgöz Sağlık Grubu'ndan Göz Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı Op. Dr. Murat Direl'in önerdiği *Plexr* lazer yöntemiyle ameliyatsız, dikişsiz ve iz bırakmadan sıkılaşmış gözaltı ve çevresine sahip olabiliyorsunuz. Plexr lazer yöntemi, plazma enerjisini kullanan bir teknik. Uygulanacak cilt yüzeyi ve cihaz arasındaki potansiyel farkı ile havada bulunan gazların plazma enerjisine dönüşmesiyle işlem gerçekleşiyor. Ve bu enerji cilt üzerindeki lezyonu

Fotoğraf Getty Images

Yetkili eczane listesi için QR kodu okutun:

LABORATOIRES

# Embryolisse.

**Culte depuis 1950.**

## Yeni Seri

### Anti Age

Her yaşta cildin farklı ihtiyaçlarına uygun ürünlerle daha kusursuz bir cilt tonu.
**Kendi cildinize uygun en iyi anti aging ürünlerimizle tanışın.**

www.embryolisse.com.tr

/ embryolisseturkiye

buharlaştırarak problemli dokuları yok ederken yeni dokunun oluşum sürecinin başlamasını sağlıyor. 15-20 dakika kadar kısa sürede tamamlanan işlem, sonrasında iz bırakmıyor.

**GÖZ ÇEVRESİ MORLUKLARINA SON...**

Göz çevresi morlukları yaştan bağımsız şekilde genetik nedenlerden dolayı da erken yaşlarda görülebiliyor. Damarsal yapıların yüzeyde yerleşmesinden ya da ilerleyen yaşlarda vücuttaki anormalliklerin belirtisi olarak ortaya çıkabiliyor. Aşırı yorgunluk, uykusuzluk ve kötü beslenme gibi nedenlerle daha da artarak estetik açıdan rahatsız edici bir görünüm yaratabiliyor. Dermatoloji Uzmanı Dr. Burcu Yamangöktürk Solak *"Göz çevresi morluğu ile karşılaştığımızda öncelikle buna neden olabilecek hastalıkları araştırmak gerekiyor. Gerekli tetkiklerin ardından, altta yatan herhangi bir hastalık saptanmadığı durumlarda kozmetik iyilik halini artırmak hedefi ile birtakım tedaviler planlanabilir"* diyor ve Global Eyecon tedavisini öneriyor. Göz çevresi morluklarını tedavi etmek için çıkan yeni yöntem Global Eyecon, periokuler uygulaması 3 kimyasal peeling seansı ve özel solüsyonla deri yüzeyinden emiliminin artırılacağı 3 mikro iğneleme işlemi ile devam ediyor. Kimyasal peeling ve transdermal uygulamalı solüsyon kombinasyonunun uygulanma amacı; renk yoğunluğunun azaltılması ve derinin sıkılığının artırılması. Böylece torbalanmaya karşı lenf drenaj iyileştirilerek zamanla oluşabilecek kolajen ve elastin kaybına karşı koyuluyor.

**BADEM GÖZLERİN CAZİBESİ**

Göz çevresi ve yüze odaklı ilk klinik merkezi olan Revo Klinik'ten Op. Dr. İskender Alkın Solmaz'ın da uygulamalarında yer verdiği, son zamanlarda birçok kadın tarafından tercih edilen badem göz operasyonu, lokal anesteziyle göz kapaklarının kenarlarındaki kazayağı çizgilerinde yapılan minimal kesilerle gerçekleşiyor. Göz çevresindeki izler kullanıldığı için operasyon sonrası genellikle iz gözlenmiyor. Uzun dönem dayanıklılığı olan bu işlem gözlerin yüz ve göz uyumuna uygun bir şekilde planlanarak yapılıyor. Daha çekici bakışlara sahip olmak için yapılan işlemde hasta aynı gün içerisinde taburcu oluyor.

**FAVORİ ÜRÜNLER**

Yorgunluk, uykusuzluk ve dış etkenlerin neden olduğu göz çevresi problemlerini, özel formüllü ürünlerle güçlendirin.

**Canlı bakışlar**
Göz çevresini nemlendirerek canlılık kazandıran krem, formülündeki tetrapeptitler sayesinde koyu halka görünümünün de önüne geçiyor. Sabah ve akşam uygulanan kremi aydınlatma etkisi yaratmak istediğiniz zamanlarda da elmacık kemiklerin üstüne ve kaş kemiğinin altına kullanabilirsiniz.

**Oxygen-Glow Eyes, Filorga, 15 ml, 229 TL**

**Gençlik ışıltısı**
Göz çevresi için özel olarak geliştirilen krem, özel titanyum başlığı ve RHA (resilient hyalüronik asit) teknolojisiyle göz çevresindeki yaşlanma çizgilerinin, halkaların ve morlukların azalmasına yardımcı oluyor. İçerdiği at kestanesi ve cadı fındığı gibi doğal bileşenlerle göz çevresindeki şişlik görünümünün de önüne geçiyor.

**R [II] Eyes, Teoxane, 15 ml, 704,47 TL**

**Deneyimli kalkanınız**
Olgun ciltlerde sık karşılaşılan yaşlanma, hassasiyet ve cilt kuruluğu gibi problemleri hedef alan Multivitamin Power Firm, göz çevresindeki ince çizgilerin belirginleşmesine engel olarak cildi çevresel koruyor. Formülündeki A,C ve E vitaminkeriyle cildi yumuşatarak elastikiyeti artırıyor. Hassas içeriğiyle cildi sakinleştirerek bariyeri güçlendiriyor.

**MultiVitamin Power Firm, Dermalogica, 15 ml, 745 TL**

**360 derece koruma**
Göz çevresindeki en temel beş endişeyi ele alan bakım kremi, ince çizgi oluşumu, koyu halka görünümü, kuruluk, şişkinlik ve esneklik kaybına karşı etkin koruma sağlıyor. Zaman, dış etkiler ve stres gibi tahriş edici faktörlere kaşı cilde ihtiyacı olduğu savunma sistemini sağlıyor. Nemlendiriciden sonra gece ve gündüz olarak kullanılabiliyor.

**Ultimune Eye, Shiseido, 15 ml, 600 TL**

**Yorgunluk savaşçısı**
Koyu halka görünümünü anında aydınlatan ve yorgunluk belirtileriyle savaşan göz kremi, hafif ve sedefli yapısıyla uzun süre kalıcı ve gözle görülür sonuç gösteriyor. Kafein içeriğiyle canlandırıyor ve hyalüronik asit ile gün boyu nem sağlıyor. Sonucunda cildinize nemli, aydınlık ve pürüzsüz bir görünüm kazandırıyor.

**Bright Eyes, Glam Glow, 15 ml, 345 TL**

# Sinoz'dan

# Kış Bakım Ritüeli

SİNOZ
DERMOKOZMETİK

www.sinoz.com.tr

@sinozkozmetik

# 4. DEĞİŞİME DOĞRU

**Işıltılı ve pürüzsüz görünümün anahtarı olan cilt bakımında, sezonun en yeni ve etkili trendlerini keşfe çıkıyoruz.**

Yazı ZEYNEP ŞENOLSUN

**ARBUTİN**

Kırışıklık, ince çizgiler gibi cilt kaygılarının bile önüne geçen cilt tonu eşitsizliği, yaşlılık lekeleri ve kirli cilt dokusu nedeniyle sizi daha hızlı yaşlandırabiliyor. Cilt tonu eşitliği denilince akla gelen C vitaminin yeni bir rekabetçisi var artık; Arbutin. Böğürtlen, kızılcık, yaban mersini, buğday ve armut gibi bitkilerde bulunan ve doğal yollarla elde edilen Arbutin, hidrokinon içeriğiyle pigment lekelerini ve hiperpigmentasyon izlerini tedavi etmek için kozmetik dünyasına girmiş buluyor. Arbutinin bilinen en önemli faydası, koyu renkli lekeleri gidermesi ve akne izlerinin görünümünü azaltarak cilt tonunu eşitlemesi. Genellikle tüm cilt tipleri için uygun olan bu madde, cildi güneşe karşı daha hassas hale getirmediği için yaz aylarında da kullanılabiliyor. Güneşten koruma özelliğine sahip, böğürtlen bitkisinde elde edilen Arbutin, melanin üretimine neden olan tirozinaz üretimini bloke ederek güneşe maruz kalındığında oluşabilecek cilt lekelerini engelliyor. Daha parlak ve eşit cilt tonuna sahip olmanıza yardımcı oluyor.

**YÜZ AKUPUNKTURU**

Daha genç bir cilde sahip olmanız için dikkat çekici bir tedavi yöntemi olan yüz akupunkturunun geçmişi yüzyıllardan beri süregelen geleneksel Çin tıbbına dayanıyor. Baş ağrısı, mide ağrıları hatta mide bulantısını bile tedavi etmek için kullanılan akupunktur şimdi de sizi gençleştirmek için geliyor. Gençleştirici tedaviler arasında daha güvenli bir alternatif olarak gösterilebilen yüz akupunkturu, cildin daha genç, daha pürüzsüz ve her yönüyle daha sağlıklı görünmesine doğal olarak yardımcı oluyor. İğneler eşliğinde cilde açılan minik delikler, cilt hücrelerine besin ve oksijen iletmek için birlikte çalışan ve cildinizi içeriden besleyen lenf ve dolaşım sisteminizi harekete geçiriyor. Bu da cilt renginizin eşitlenmesine, elastikiyetinin artmasına ve cildinizin parlamasına zemin hazırlıyor. Ayrıca kolajen üretimini de uyararak harekete geçiriyor. İnce çizgileri ve kırışıklıkları azaltarak cildinize gençlik ışıltısı katıyor.

**ICE ROLLER**

Kolaylıkla güzellik rutininize ekleyebileceğiniz Ice Roller belki de tam aradığınız pratiklikte bir cihaz. Genellikle yüzünüzü şiş hissettiğiniz zamanlarda yardımınıza koşan buz, karşınıza silindir şeklinde çıkıyor. Asya ve Avrupa'nın bazı bölgelerinde oldukça sık kullanılan buz silindirleri su ve jelle dolu bir cihaz haline getirilmiş. Yüzünüzdeki şişlikten, kızarıklıktan kurtulmak istediğiniz an yapmanız gereken tek şey buz silindirini ileri geri yuvarlayarak cildinize masaj yapmak. Yapacağınız bu hareket aynı zamanda cildinizi sıkılaştırıyor. Kırışıklık oluşumunu önlüyor ve yüz, boyun, dekolte bölgelerinde yerçekimine karşı gelerek kaldırma etkisi yaratıyor. Kalıcı olmayan bu işlem kan dolaşımını artırdığı için anında sonuç veriyor. Bu nedenle davet öncesinde hazırlanırken bu işlemi rahatlıkla uygulayabilirsiniz.

**ÇİFT TEMİZLEME YÖNTEMİ**

Koreliler'in porselen gibi cilde sahip olmalarının ardındaki çok aşamalı yüz temizleme sistemi, bizim de günlük hayatımıza girmeye başlıyor. Yüzünüzü iki kere temizlemek her ne kadar kulağa uğraştırıcı gibi gelse de ilerleyen zamanlarda cilt bakım rutininizi kolaylaştırıyor. Bir yerine iki kez yüz temizliği yapmak cildinizi kapsamlı bir şekilde temizleyerek cilt bariyerini güçlendiriyor. Çift temizleme yönteminde ilk adım olarak cildin yüzeyindeki makyaj ve dış etkenlerden dolayı biriken kirliliği parçalayabilen maddelere sahip bir temizleyici kullanmanız gerekiyor. Gün içinde ürettiğiniz sebumu sürdüğünüz güneş kremini ve makyaj malzemelerini çözündürmesi için yağ bazlı bir temizleyici olması önemli.

İkinci adım olarak cildinizdeki son kalıntıları temizlemek için su bazı, jel veya köpük formundaki yüz temizleyicisi, yağın çözemediği maddeleri temizleyerek bütün yabancı maddelerden arınmış bir cilt sağlıyor. Aynı zamanda kendi cilt tipinize göre kişiselleştirebileceğiniz çift temizleme yöntemi bakım ürünlerinden aldığınız verimi de maksimuma çıkarıyor.

**CİLT BAKIMININ GELENEKSEL OLANI DA VAR; TÜM TEKNOLOJİK GELİŞİMLERDEN YARARLANARAK YEPYENİ YÖNTEMLE UYGULANANI DA VAR. SEÇİM SİZİN!**

# 5. NEFESİN GÜCÜNÜ FARK EDİN!

**Nefes terapisinin iyileştirici gücüyle günlük yaşam akışınızdaki farkındalığınızı keşfedin ve hayatınızdaki pozitif değişikliklere yer açın.**

Yazı ZEYNEP ŞENOLSUN

Yaşamınızı devam ettirebilmek için çaba sarf etmeden alıp verdiğiniz nefesinizin, hayatınızı daha iyiye götürmek için kullanabileceğiniz bir güç olduğunu söylesek ne dersiniz? Nefes terapisti Cansu Durucan, doğru nefese giden yolculuğunu anlattı.

**Nefes terapisti olmak için nasıl bir eğitimden geçtiniz?**

Katılımcı olarak yer aldığım ilk nefes seminerine giderken her şeyin çok iyi olduğunu, kendimi yeterince tanıdığımı ve anladığımı düşünüyordum. Seminerde aldığım ilk nefes seansında, kendimle başlayan yolculuğun sonunun gelmeyeceğinden habersizdim. Birbirinden farklı geçen her bir seanstan sonra "daha iyi" olmanın mümkün olduğunun farkına vardım. Ve "*İyi iyidir; daha iyi daha iyidir"* diyerek yola çıktım. Bu farkındalıkla, işin tekniğini iyice öğrenmeye ve çevremdekilerle paylaşmaya karar verdim. Her sene Türkiye'de bir kere açılan *"Transformational Breath"* koçluk eğitimine katıldım. Bu eğitim Uluslararası Nefes Vakfı (IBF)'e bağlı, *Tranformational Breath® Vakfı*'nın kurucusu Judith Kravitz tarafından hazırlanan ve zamanla

tüm dünyaya yayılan bir eğitim. Çevremdekilerle paylaşmak için aldığım bu eğitim sonrası hayatımdaki tüm kapıların kendiliğinden nefese açıldığını fark ettim. Gönüllü ve profesyonel olarak sayısız farklı nefes ile çalıştım. Nefeste kalmak ve bunu deneyimlemek isteyen insanlarla tekniği paylaşmak yaşam misyonum haline geldi. Şimdi kendi stüdyomda bireysel seanslarımın yanı sıra birkaç yoga ve sağlık merkezlerinde çalışmalarımı sürdürüyorum.

**Nefes terapisinin faydaları nelerdir?**

Nefes terapisi, insanın kendi gücüyle hayatında dönüşüm yaratmasına izin veren şifa tekniğidir. Bağlantılı nefes alıp verme düzeni ile çalışan teknik, insanın kendini tanımasına izin veren bir beceri geliştirir. Belirli düzende alıp verilen nefeslerin yarattığı yüksek titreşimli enerji alanı; zihinsel düzlemlerin ötesinde kişinin kendi gerçeğine/öz benliğine uzanan bir kapının açılmasını sağlıyor. Kişi fiziksel, zihinsel ve ruhsal olarak deneyimleyeceği üç seviyede; daha iyi nefes almaya, daha fazla enerjiye sahip olmaya, daha huzurlu ve sevgi dolu hissetmeye ve nihayetinde daha yüksek bilinç seviyelerine ulaşmaya başlıyor. Hayatı anın farkındalığında tam, bütün ve dengede olarak yaşıyor.

**Nefesi doğru alıp verdiğimizi nasıl anlayabiliriz?**

Doğru nefes dediğimiz doğal akışında, açık, aktif ve kendi potansiyelimizde akan nefesimizdir. Bunu sağlamak ve korumak için nefeste kalmak önemlidir. Düzenli çalışılan nefes seansları ile kişi, günlük yaşam akışında, nefesine farkındalık kazandırıyor. Nefesini gözlemlemeye ve bedendeki yayılımını araştırmaya başlayarak, düzensiz akışı hızlıca fark edebilir hale geliyor. Bu farkındalıkla fiziksel, duygusal ve ruhsal alandaki değişikliklerin yaşandığını gözlemleyebilirsiniz. Aslında nefesinizde yapacağınız değişiklik ve düzenlemelerle, bütünsel bir iyileşme hissedebilirsiniz.

**Doğru nefes almayanlar ne gibi problemlerle karşılaşıyor?**

Fiziksel hastalıklar gözlemlenir. Birçok hastalığın kaynağında oksijen seviyesindeki yetersizlik yer alıyor. Duygusal anlamdaysa depresyon gözlemlenebilir. Yaşam travmaları ile gelen bastırılmış duygu ve düşünceler ne yazık ki insanın yaşam akışını olumsuz yönde etkiliyor. Hep tekrar eden benzer konuların içinde kronik mutsuzluk ve tatminsizlik ortaya çıkıyor. Ruhsal seviyede ise, kişi kendini varoluşunun farkındalığından uzak, kendini istemediği bir hayatı yaşarken, yaşam amacını yitirmiş ve kaybolmuş bulabiliyor.

**Nefes terapisi kimler için daha uygun? Ne kadar zaman sonra etkileri görülmeye başlanıyor?**

İlk seansta gücünü hissettiren nefes terapisi, daha kaliteli, daha iyi versiyonuna ulaşmak isteyen herkes için uygun. Travmalarda bütünlük, bilinçaltının temizlenmesi, hastalıkların iyileşmesi için insanın, bir enstrümanı çalmayı öğrenir gibi, nefesi ile düzenli, özenli ve dikkatlice çalışmayı öğrenmesi gerekiyor. Ancak bu disiplinli çalışma sonucunda kişi tam ve açık nefes potansiyeline ulaşabiliyor. Hayatına duygu yüklerinden hafiflemiş olarak devam etmeye başlıyor. Tabii bu süreç kişiden kişiye ve çalışma düzenine göre değişiklik gösterebiliyor.

**Doğru nefes almak hayatımızda neleri değiştiriyor ?**

Herkes dünyaya açık ve tam potansiyel nefesle birlikte geliyor. Zamanla kişinin sınırlı nefes almasının nedeni, kendine bilinçli ya da bilinçsiz şekilde koyduğu engellerdir. Nefes potansiyelini doğal akışına getiren bir kişi yaşam potansiyelini artırarak hayatı dolu dolu yaşamaya başlıyor. Daha engin bir farkındalıkla ruh, zihin ve beden uyumunda bütünlüğü yakalıyor. Hayatının her alanda dengeyi ve getirdiği huzuru deneyimlemeye başlıyor.

**Nefes alıp verme şekliyle kişilikler hakkında bilgi sahibi olabilir miyiz?**

Olabiliriz. Herkesin hayat hikayesi birbirinden farklı olduğu gibi, nefes kalıbı da farklı ve sadece o kişiye özeldir. Bir insan nasıl nefes alıyorsa, öyle yaşar. Nefesindeki kısıtlamalar, hayatındaki kısıtlamaların yaratımıdır.

**Terapiden verimli sonuç alabilmek için sadece doğru nefes alıp vermek yeterli mi? Hayatımızda başka neleri değiştirmek gerekiyor?**

Arınan nefesler ile bütünlenen beden, zihin ve ruh, sizleri daha yüksek bilinç seviyelerine, frekansa taşıyor. Burada yaşam alışkanlıkları ve bulunduğunuz çevre de değişmeye başlıyor. Değişim ve dönüşüm, bir gereklilikten çok arınma sürecinin doğal bir parçası diyebiliriz. Bu tekniğe adını veren *Transformal Breath*, kişide var olan daha düşük titreşimdeki blokajın, yüksek titreşimdeki nefes enerjisi ile temas ederek, daha yüksek bir frekansa kalıcı olarak geçmesi ile dönüşümü tamamlıyor.

**Doğru nefes alma tekniği kriz anları üzerinde pozitif etki yaratabiliyor mu?**

Nefes farkındalığı kazanmış bir kişi kriz anlarını çok daha hızlı görerek nefesindeki değişimi fark ediyor. Gerekli düzenlemelerle bulunduğu duruma gözlemci kalarak, kriz anını uygun bir mesafeden takip etmeye başlıyor. Kendini daha hafif ve net hissediyor. Bu netlik de farkındalık sağlıyor.

## "İLK SEANSTA GÜCÜNÜ HİSSETTİREN NEFES TERAPİSİ, DAHA KALİTELİ VE DAHA İYİ VERSİYONUNA ULAŞMAK İSTEYEN HERKES İÇİN UYGUN."

# 6. GELECEK FARKINDALIKTA

**Çağımızın en popüler ve aynı zamanda gerekli konularından biri tüketim konusunda farkındalık yaratmak. Biz de bu konuyu İyi Yaşam ve Beslenme Uzmanı Dilara Koçak ile bir araya gelerek irdeliyoruz.**

Röportaj BAĞLAN KESKİN

Dialara Koçak dünyamızı daha yaşanabilir bir gezegen haline getirebilmenin püf noktalarını ve bireysel olarak ne tür katkılarımız olabileceğini açıklıyor.

Etrafımızdaki birçok insan sağlıklı yaşam ve faydalı tüketim konusunda bilgi sahibi. Kulağımıza sürekli yeni yeni terimler ve beslenme şekilleri geliyor. Aslında bunlar sadece beslenme alışkanlıkları ile ilgili değil. Bir alışkanlık haline geldiğinde geleceğimizi şekillendiren kavramlar. Yani gelecek farkındalıktır diyebiliriz. Bu farkındalığın ne kadar önemli olduğunu ise İyi Yaşam ve Beslenme Uzmanı Dilara Koçak'tan dinliyoruz.

**Küresel ısınma ve teknolojinin, şehir hayatına olumsuz etkisiyle birlikte sağlıklı yaşam, sürdürülebilir olmak gibi kelimeleri günlük hayatta sık sık kullanmaya başladık. Sizce bir anda farkındalığı artıran ne oldu?**

Aslında bir anda farkındalığımızı artıran da teknoloji oldu diyebilirim. Bilgiye çok hızlı ulaşıyoruz, onlarca, yüzlerce farklı kaynak var. Küresel ısınma şu an krize dönüşmüş durumda, ekonomik forumlarda bile tartışılır hale geldi hem ülkeler hem bireyler bazında durumun ciddiyeti kavranmaya başladı. 30 yıl önce de karbon emisyonu vardı fakat bu kadar gündemde değildi, bugün bilgi çağı gezegenimiz için farkındalık çağını da yanında getiriyor.

**Peki sizce ülke olarak bu konularda yeteri kadar farkındalık sahibi miyiz? Olmak için neler yapmamız gerekir?**

Yeteri kadar farkındalık sahibi değiliz, ama ben duruma olumsuz yaklaşmıyorum yine de. Gezegenimiz için eski olsa da toplumumuz için çok yeni bir konu olmasına karşın, tahmin ettiğimden daha hızlı farkındalık kazanıyoruz. STK'ların konuyla alakalı birçok çalışması var, ufak nüanslara dikkat ederek bile farkındalığımız artabilir ve inanın farkındalık farkındalığı doğurur.

**Sizin de son zamanlarda odak noktanız gezegeni beslemek oldu.**

Fotoğraf Getty Images

**Bundan biraz bahsedebilir misiniz?**
Şunu kesinlikle belirtmeliyim ki, gezegeni beslemek adına bilgilenmek çok önemli. Bu konuda güncel yayınları okumaya, panellere, zirvelere elimden geldiğince katılmaya çalışıyorum. Bir kitap alırken bile arkasını okuyoruz, telefon alırken özelliklerini inceliyoruz peki ya evimiz olan dünyamızı, tüm hayatımızı üzerinde geçirdiğimiz gezegenimizi tanımak için aynı özeni göstermiyoruz? Toplum da farkındalık için bilgi sahibi olmalı.

**2019 yılı başından beri Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) "Sıfır Atık Sıfır Açlık Projesi" başlattığı projesinden bahsedebilir misiniz?**

Dünya genelinde 821 milyon aç insan var. Dünyada israf edilen gıdanın miktarı yıllık yaklaşık 1,3 milyar ton. Üretilen toplam gıdanın üçte biri sofraya ulaşmıyor. 2050 yılında dünya nüfusunun 9 milyara ulaşacağı tahmin ediliyor. Artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılayabilmek için gıda üretiminin 30 yıl içinde yüzde 60 oranında artması gerekiyor. 2050 yılında dünya nüfusunun %65'inden fazlasının şehirde yaşayacağı ön görülüyor. Yüzde 60 oranında fazla üretim şu an için gerçekçi bir rakam değil, artan nüfusu doyurabilmek için israfı en aza indirmeli ve gıdaları çöp olmaktan kurtarmalıyız. Ben de FAO ile birlikte 17 Sürdürülebilir Kalkınma Amacı'ndan 2 numaralı olan *"Açlığa Son"* amacını odak noktam haline

## "SIFIR ATIĞA TAMAMEN ULAŞMAK BİREYSEL ÇABALARIMIZLA KOLAY DEĞİL AMA ELİMİZDEN GELDİĞİNCE BUNU AZALTABİLİRİZ. BEN EVDE ATIĞI AZALTMANIN, TIPKI SAĞLIKLI YAŞAM GİBİ MUTFAKTA BAŞLADIĞINA İNANANLARDANIM." **Dilara Koçak**

getirerek desteklemeye başladım.

**Sürdürülebilir bir yaşama sahip olmak için ilk adımı atmak birçok kişiye zor geliyor. Özellikle de sıfır atık bir ev ya da çalışma ortamı yaratmak. Bir yerden başlamak için siz ne öneriyorsunuz?**

Sıfır atığa tamamen ulaşmak bireysel çabalarımızla kolay değil ama elimizden geldiğince bunu azaltabiliriz. Ben evde atığı azaltmanın, tıpkı sağlıklı yaşamda olduğu gibi mutfakta başladığına inananlardanım. Danışanlarıma, sosyal medya takipçilerime atıksız mutfak için önerilerde bulunuyorum ama aynı zamanda onlardan da öneri istiyorum. Hep söylerim yemeğimizi, sevgimizi, bilgimizi paylaşmamız gerek.

**Sıfır atık bir ev yaratmak için dikkat edilmesi gereken beş temel madde nedir?**

• Alışverişe liste yapılarak çıkılmalı.
• Gıda okur-yazarlığı, son tüketim tarihi ve tavsiye edilen tüketim tarihi arasındaki fark iyi öğrenilmeli.
• Doğru saklama koşullarını öğrenmeli.
• Geri dönüşüme uygun olan ürünleri ayrıştırmalı.
• Porsiyon kontrolünde daha hassas olunmalı.

**Beslenme rutinimizde yapacağımız değişimler sürdürülebilir bir yaşam için önemli. Etsiz Pazartesi ya da topraktan sofraya konsepti gibi... Her geçen gün artan bu tip alışkanlıklardan bahsedebilir misiniz?**

Bu trendlerin, sürdürülebilir yaşam adına değiştirmemiz gereken alışkanlıklarımıza daha kolay adapte olabilmemiz içi ufak alıştırmalar olduğunu düşünüyorum. Mesela "etsiz pazartesi" dediğimizde, haftanın sadece 1 günü etten uzak duruyoruz ama aslında bunu neden yaptığımızın farkına varınca bu bir alışkanlığa dönüşüyor ve günlük hayatımızda daha az et tüketmeye başlıyoruz. Hepsi farkındalık meselesi aslında…

**Biz ülke olarak mevsimsel ve yerel beslenmeye özen gösteren bir toplumduk. Ancak zaman içerisinde marketlerin artması ve günlük hayat karmaşası derken bu kayboldu. Sizce eski geleneklerimize döner miyiz?**

Benim kullandığım sloganlardan birisi zaten *"Gelecek gelenekte"*. Eskilerimiz için kullanılan bir tabir vardır; *"Savaş görmüş adam/kadın"* onların ellerindeki kaynak çok kısıtlı olduğu için neyi nasıl saklamaları gerektiğini de iyi biliyorlardı. Mevsimsel ve yerel beslenmeye göstereceğimiz özen de atıksız mutfak için önemli, elbette şehir hayatının karmaşası içinde semt pazarlarına gitmemiz veya memleketimizden sebze, meyve getirmemiz her zaman mümkün olmuyor ama şartlarımızı zorlamalıyız. Alacağımız ürünlerde nelere dikkat etmemiz gerektiğini bilirsek bu fark da ortadan kalkar. Şöyle bir örnek vereyim, 1 yıl boyunca tamamen yerel yiyecek yemek, haftada 1 gün vejetaryen beslenmekle aynı düşük çevresel etkiye sahip. Diğer taraftan mevsimsel ve yereli takip etmek de ekonomik bir çözüm.

**Gelecek için kaygılı bir nesil geliyor. Tüm bu bahsettiğimiz değerlere ve görevlere dikkat edersek sizce dünyamızla ilgili umut var mı?**

Gelecek için kaygılılar ve haklılar da ama umut olmasaydı ben bu işlere kalkışmazdım veya kaygılı bir nesil değil, umutsuz nesillerden bahsederdik. Bir sır vereyim, ben çevre için kaygılanan nesilden mutluyum çünkü kaygı çözümü doğurur, çözüm için yollar açar.

**Biraz da sağlıklı beslenmekten bahsedelim. Wellness kelimesi şu sıralar çok popüler. Siz bu kelimeyi nasıl tanımlarsınız?**

Wellness kelimesinin Türkçe karşılığı benim uzun yıllardır kullandığım tescilli markam: *İyi Yaşam*. İyi yaşam dengeli beslenmekten ibaret değil, öyle olsaydı ben İyi Diyet markasını kullanırdım. İyi yaşam bir bütünlük hali, bedensel ve ruhsal iyi hissetme durumu. Hayat tek bir öğeden oluşmuyor, o yüzden Wellness'ı yani iyi yaşamı oluşturan faktörleri bir çatı altında toplamalıyız; fiziksel sağlık, ruhsal sağlık, sosyal çevre, iş ve aile hayatında iyi olma durumu gibi…

**Sağlıklı yaşam trend gibi algılanmaya başladı, oysa ki hepimizin doğal bir rutini olması gerekmez mi?**

Evet, bu noktada da sürdürülebilirlik kavramı karşımıza çıkıyor. Sağlıklı yaşam belirli bir süre içerisinde uygulanacak bir trend değil, yaşamımızın her döneminde uygulanabilir olmalı. FAO'ya göre sürdürülebilir beslenme *"Besleyici olduğu kadar güvenli, sağlıklı ve düşük çevresel etkiye sahip olmalıdır. Bu beslenme şekli kültürel olarak kabul edilebilir, adil, ekonomik, herkes için ulaşılabilir, gıda güvencesine katkı*

Fotoğraf Getty Images

*sağlayan ve nesillerin devamı için olması gereken yaşam biçimidir."* Yukarıda değindiğimiz hususlar bu tanımı zaten karşılıyor.

**Günlük beslenme rutininde trendler peşinde koşmak yerine herkesin kendi sağlık ve yaşam koşullarına uygun bir beslenme rutini belirlemesi daha mantıklı değil mi?**

Kesinlikle, ben her zaman bunu savunuyorum zaten, parmak izimiz gibi metabolizmamız da kendimize özgü. Bedenimizi iyi tanımak, onun ihtiyaçlarına kulak vermemiz gerekir, bu ihtiyaçları giderirken hem fiziksel olarak hem de ruhsal olarak tam ve iyi hissetmeliyiz. Mahrumiyet duygusu yaşamadan rutinimizi belirlersek bu sürdürülebilir de olacaktır.

**Bu sayıda gelecekte bizi neler beklediğini ve yeni lüksün ne olduğunu ele alıyoruz. Sizce değişen bu dünyada lüks nedir?**

Bence yeni lüks, bir tatlı huzur… Ama sadece Kalamış'ta değil, tüm hayatımızda. Ne kadar mümkündür bilemiyorum fakat hepimizin ihtiyacı olan bir lüks. 2020 yılında sağlıklı beslenme kadar ekonomik beslenmeyi ve gezegeni beslemeyi de konuşacağız, hem sağlıklı hem ekonomik beslenmeyi. Yerel üretime ve yerel ürünlere olan ilgi bu sene de katlanarak artacaktır eminim, sürdürülebilir balıkçılık ve profesyonel tarım üretimi, temiz su kaynakları gibi başlıklar ön plana çıkacak diye düşünüyorum.

"2020'DE SAĞLIKLI BESLENME KADAR SAĞLIKLI EKONOMİK BESLENMEYİ VE GEZEGENİ BESLEMEYİ DE KONUŞACAĞIZ, YEREL ÜRETİME VE YEREL ÜRÜNLERE OLAN İLGİ BU SENE DE KATLANARAK ARTACAKTIR EMİNİM."
**Dilara Koçak**

# 7. POZİTİF ENERJİNİN GÜCÜ

Uyumsuzlukların uyumu, ifade özgürlüğü, eşitlik ve yaratıcılık gibi manifestoları benimseyen yeni Kenzo World Power, özgün olmanın çekiciliğini ve kadınların çok yönlülüğünü ortaya çıkarıyor. Herhangi bir cinsiyet ayrımı yapmadan tasarlanan parfüm, güçlü ve aromatik notaların benzersiz uyumundan oluşuyor. Parfüm deniz tuzu, tonka fasulyesinin bağımlılık artırıcı notaları, göz şeklindeki tasarımlı şişesi, içindekini olduğu gibi gösteren şeffaflığıyla özgün ve özgür ruhu yansıtmamızı sağlıyor.

**Kenzo World Power, Kenzo, 75 ml, 728 TL**

# SICAKLIK VE RAHATLIĞIN ATÖLYE RUHU

**Doğanın iyileştirici gücünü, sanatçı hassasiyeti ve bilimsel bakış açısıyla buluşturan Atelier Rebul yeni yılda yeni deneyimler sunuyor.**

### ATÖLYE RUHUNUN NOSTALJİYLE BULUŞMASI

Eczacılık geleneğinden doğan Atelier Rebul, nesillerdir süregelen bilgi birikimi ve deneyimiyle doğanın saflığını ve güzelliğini bilimle bir araya getiriyor. Türkiye ve dünyada büyümeye devam eden marka Türkiye'deki 21. mağazasını İstinyePark'ta açtı. Sağlık ve güzellik atölyesi konseptiyle yola çıkan marka yeni mağazasında kişiye özel servis bölümüyle nostaljik Rebul Eczanesi deneyimini sizlere yaşatıyor. Kişiye özel servis alanında, seçeceğiniz kokudaki kolonyayı geri dönüşümü destekleyen şişelere doldurarak dilediğiniz mesaj ve isimle kişiselleştirebiliyorsunuz.

### KLASİKLEŞMİŞ YENİ YIL KOKUSU TARÇIN VE ELMA

Her yıl heyecanla beklenen Atelier Rebul'un yıl yılbaşına özel olarak sınırlı sayıda ürettiği Apple&Cinnamon, elmanın tazeleyici kokusunu tarçınla buluşturuyor. Özel hediye arayanların ilk tercihi oluyor, sıcak notalarıyla unutulmaz kış akşamları yaşatıyor. Mum ve çubuklu oda parfümünden oluşan Apple&Cinnamon özel koleksiyonu, sevdiklerinizin baş harfiyle kişiselleştirilmiş hediye kutusu alternatifi sunuyor.

### MİSTİK BİR RİTÜELLE YENİ YILDA YENİ SİZ

Atelier Rebul, evrene aşk, sağlık ve mutluluk enerjisi yayan Palo Santo Wish Kit'i yeni yıl dileklerinizi gerçekleştirmeniz için sizlerle buluşturuyor. Güney Amerika sahillerine özgü, iyileştirici ve arındırıcı etkisi olduğuna inanılan Palo Santo ağacının limon ve çam karışımı kokusuyla yeni yılda sizi mistik bir yolculuğa davet ediyor. Ruhunuzu negatif enerjilerden arındırarak size iyi şans getirecek bu ritüel, yeni yılda tüm güzellikleri vadediyor!

# *GÜN BENİM GÜNÜM!*

**Pantene yeni marka elçisi Demet Özdemir ile daha canlı, daha dinamik ve daha sıcak yeni dünyasının kapılarını araladı.**

Güne yüksek bir enerji ile başlamak, kendini güzel ve güçlü hissetmek her kadın için çok önemli. Özellikle de söz konusu dış görünüşün de ötesinde bir anlam taşıyan saçlarımız olduğunda...
Hiç şüphesiz biz kadınlar ne zaman saçlarımızı beğenerek güne başlasak o güne daha güleryüzlü, hayat dolu, motive ve güçlü başlıyoruz. Ancak Pantene'in dünya genelinde 11 ülkede yaptığı araştırmalar gösteriyor ki; her 10 kadından sadece 1'i harika saçlara sahip olduğunu düşünüyor. Bu bilgi ışığında Pantene daha fazla kadının her güne harika saçlarla başlamasını sağlama misyonunu benimsiyor. Farklı saç tiplerine ve ihtiyaçlarına özel çözümler sunan geniş saç bakım ürün portfolyosu ile tüm kadınların istedikleri harika saçlara sahip olmalarını ve her güne "Gün Benim Günüm" diyerek başlamalarını amaçlıyor.

**POZİTİF ENERJİ VE MOTİVASYON**

Pantene saçlarımızı en iyi haline dönüştürüp bizleri her gün #GünBenimGünüm diyerek güne pozitif enerji ile başlamaya davet ediyor. Pantene ile çıktığı bu yolculukta tüm kadınların içlerindeki o güzel enerjiyi dışarıya yansıtmalarını umut ettiğini açıklayan genç oyuncu L'Officiel Aralık-Ocak sayısı için kamera karşısına geçti.
Çekimler sırasında bir araya geldiğimiz Pantene saç stilisti Önder Tiryaki ise hazırlık sırasında kış aylarında da saçlarımızın her gün daha güçlü ve sağlıklı görünmesi için yapmamız gerekenleri bizlerle paylaştı:
"Saçı güzel gösteren en önemli etken sağlıklı görünmesidir. Saçlarınızın doğal parlaklığını, canlılığını koruyabilmek ve yıpranan saçlarınızın onarılmasını sağlamak için her duşta şampuandan sonra saç tipinize uygun seçeceğiniz saç kremleri ile saçlarınızın günlük bakımını gerçekleştirmelisiniz. Ancak sağlıklı saç ile istediğiniz saç modellerine kavuşmak mümkün olacaktır."

"Aynada gördüğüm güzel saçlar beni daha güçlü hissettiriyor, her şeyin üstesinden gelebilirim hissi veriyor. Pantene ile 'Gün Benim Günüm' diyerek çıktığımız bu güzel yolculukta daha fazla kadının her güne harika saçlarıyla kendilerini harika hissederek başlamalarını sağlamak istiyoruz." **Demet Özdemir**

Harika saçlarımla güne hazırım!
#günbenimgünüm
PANTENE
PRO-V
3 MINUTE miracle
ONARICI
PANTENE

# AKILLI *alışveriş rehberiniz* YANINIZDA!

***Türkiye'nin en çok satan dergisi ALL**'u yenilenen tasarımı ve farklı içeriğiyle bu ay da yanınızdan ayıramayacaksınız.*

ALL magazine @ALL magazine ALL dergisi App Store

# MODA

## 186. KAPAK KIZI: DEMET ÖZDEMİR

Genç yetenek Demet Özdemir'den oyunculuk kariyerini ve gelecek planlarını öğrendik.

## 202. ALFA KADINI

Seksapelin esinin, zekasının önüne geçmediği güçlü kadın portresi, sezon tasarımlarında tezahür ediyor.

## 218. COUTURE'ÜN YENİ YÜZÜ

İpekler, taftalar, iri çiçek figürlü kuyruklar, abartılı ve cesur siluetler, yeni Haute Couture'ün anahtar detayları oluyor.

İpek-saten fiyonklu, pilili tül balo elbisesi, ipek sandalet, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**

# Demet Özdemir

Genç ve başarılı oyuncu Demet Özdemir'in yıldız olma yolculuğuna tanık oluyoruz. Yeni projesi, Pantene ile "Gün benim Günüm" işbirliğini ve daha fazlasını onunla konuşurken bu serüvende önemli olanın yolculuk olduğunu keşfediyoruz.

FOTOĞRAF **MUSTAFA NURDOĞDU**
MODA EDİTÖRÜ **CEYLAN ATINÇ**
RÖPORTAJ **BAĞLAN KESKİN**

Tül detaylı bluz, **FENDI**
Deri pantolon, **MEHTAP ELAİDİ, GIZIA GATE,** 2.450 TL
Deri bot, **PURA LOPEZ, GIZIA GATE,** 2.850 TL

“DAHA İSTEKLİ, DAHA POZİTİF VE DAHA SAMİMİ BİR ŞEKİLDE HAYALLERİMİN PEŞİNDE KOŞMAKTAN KORKMADIĞIM BİR YIL OLDU 2019 BENİM İÇİN.” **Demet Özdemir**

Elbise, **NU,** 1.116 TL
Çorap, **CALZEDONIA,** 79,90 TL
Deri çizme, **AQUAZZURA,**
**BEYMEN,** 7.950 TL

Mat saten elbise,
**RASARIO, VAKKO COUTURE,**
11.250 TL

Asimetrik elbise,
**OFF-WHITE,**
**BEYMEN,** 6.250 TL
Çorap, **CALZEDONIA,**
79,90 TL
Kemer, **NU,** 595 TL

Simli bodysuit, **GCDS, VAKKORAMA,** 2.395 TL
Tafta pantolon, **T.A.G.G.**
Çorap, **CALZEDONIA,** 79,90 TL
Deri sandalet, **AQUAZZURA, BEYMEN,** 4.149 TL

Korseli poplin gömlek, **CHALAYAN, GIZIA GATE**
Deri pantolon, **RELISH, VAKKORAMA,** 795 TL
Deri çizme, **AQUAZZURA, BEYMEN,** 7.950 TL

Günümüzün en başarılı yıldızlarından biri olan Demet Özdemir ile birlikte yükselişini kutluyoruz. Genç oyuncu milyonların sevdiği bir isim olmanın ötesinde gerçek bir star olarak 2010'lu yılları kapatıyor. Son birkaç işinde romantik komedi projelerinde oynadıktan sonra şimdi iyi bir dram dizisi ile geri dönüyor. Hayatındaki bir başka yenilikse Pantene'in yeni yüzü olması. Onun genç, dinamik ve her zaman yüksek enerjisiyle marka ile örtüştüğünü de kanlı canlı görebiliriz. Yepyeni bir döneme girerken Demet büyük başarılara imza atıyor. Ama onun için önemli olan hedeften önce yolda yaşadıkları. Aslına bakarsanız bilim adamları da ödüle sahip olmaktansa ödüle ulaşacağını bilmenin daha çok mutluluk hormonu ürettiğini keşfetmiş. Demet'in bitmek tükenmek bilmeyen pozitif enerjisinin sebebi de yolda olmanın verdiği gücün farkında olması.

**Bu mesleği yapmadan önce oyunculuk sizin için ne demekti? Şimdi ne anlam ifade ediyor?**

Küçük yaşlarda televizyonda izlediğim dizi ve filmlerde oyunculuk benim için tam anlamıyla gerçek bir şey canlandırmaktı. Benim için hayal kurmanın kapısını açtı. Daha da şekillendirdi aslında hayal dünyamı geliştirdi. Ama oyuncu olduktan sonra arasında çok büyük bir fark olduğunu anladım. Tamamen teknik açıdan söylüyorum bunu. Oyunculuk yaparken daha fazla algılarım açıldı, daha fazla duygularımı test etmeye, kendimi tanımaya, onun üzerine oluşturduğum karakterin hayallerini yaşamaya başladım. Oyunculuğu zor ama çok da keyifli bir yolculuk olarak değerlendirebilirim.

**Hızlı bir şekilde başarıyla yükselişinizin özgürlüğünüzü kısıtladığını düşündüğünüz oldu mu hiç?**

Planlayarak yaptığım bir durum değil bu. Yaptığım diziler sayesinde git gide beni sevenler takip edenler aslında çoğaldı. Benim için çok keyif verici. Özgürlük kısmı ise; bence oyuncu bu duruma yavaş yavaş alışıyor. Tanınmaya başladıkça bu duruma alışmaya çalışıyor aslında. Bende de öyle oldu. Bazı şeyleri kabul ederek bu işe, mesleğe başladım. Sadece yadırgadığım ve şaşırdığım zamanlar oldu, ama bunlar her zaman bana mutluluk verdi. Zaten insanlardan çok uzakta ya da temas sevmeyen biri olmadığım için de ekstra bir rahatsızlık hissetmedim. Bu tabii ki mesleğin bir getirisi. Götürüsü olduğunu pek düşünmüyorum. Çünkü büyük sorunlar yaşamadım bununla ilgili. Ancak set saatlerinin fazlalığı normal sosyal yaşantımı etkilediği için bana yorgunluk olarak geri dönüyor. Ama onun dışında özgürlüğümün kısıtlandığını açıkçası düşünmüyorum ya da ben bunu bu yolculukta keyifli hale getirmeye başladım.

**Ne kadar çalışıyorsunuz? Çalışma rutininizi bize anlatır mısınız?**

Açıkçası çok değişiyor çalışma saatlerim, o günün programına bağlı oluyor. Uzun çalıştığım saatler de oluyor daha kısa çalıştığım günler de oluyor. Ama genelde çok yoğun çalışıyorum. Bana kalan zamanlarda dinleniyorum, senaryoya çalışıyorum.

**Bu tempoya uyum sağlamak için motivasyonunuz nedir?**

Pozitif kalmaya özen gösteriyorum. Bunun bana getirisini ve getirebileceklerini hayal ediyorum. Her zaman bir hayal kurma halindeyim. Her zaman şükrediyorum. Beni ayakta tutan, gülümsememe sebep olan bir durum. Zaten kendi içim, ruhum iyi olduğunda motivasyonum her zaman yüksek oluyor. En büyük avantajım, kötü de hissetsem yorgun da hissetsem kendimi oralardan çok çabuk koparabiliyorum. Bu da benim avantajım aslında.

**Yeni bir projeye başladınız. Nasıl bir dizi ve bize neler anlatacak?**

Yeni dizimle ilgili çok heyecanlıyım. Gerçek bir hayat hikayesi olması benim için çok özel. Sahneleri okurken bu sahnelerin yaşandığını bilmek, benim oynadığım *Zeynep* karakterinin var olduğunu bilmek beni bu projeye daha da adapte etti. Daha fazla etkilenmeme sebep oldu. Bu durum bir taraftan zor diğer taraftan kolay. bir de yaşanmış olduğu için çok büyük bir sorumluluk hissediyorum. İnanmak ve bunu sergileyebilmek açısından da senaryoyu çok fazla sorgulamadan *"Gerçekten insanlar böyle şeyler yaşayabiliyor doğru"* diyebiliyorum. Dolayısıyla ben de ortaya çıkacak dünyayı çok merak ediyorum. Bu zamana kadar aslında romantik komedilerin içinde deneyimlediğim ağır ve dram sahneleri oldu. Ama bu dizi baştan aşağı öyle bir dünya. Ne olacak ne çıkacak; göreceğiz. Bu dizi benim için çok önemli bir yerde. İnşallah gurur duyacağımız ve insanların seveceği, inanacağı bir dünya olur. Çok umutluyum ve tabii heyecanlıyım.

**Romantik komedilerden sonra yeniden bir dramda oynuyorsunuz. Sizin için nasıl bir deneyim?**

Sekinci yılım olacak, bu zamana kadar içinde bulunduğum tüm dizilerin içinde soft romantik komedi haricinde çok ciddi dram sahneleri de vardı. Fakat biz bunları çok yumuşak bir şekilde izleyiciye iletmek durumundaydık. Çünkü işin genel dünyası zaten komedi ve rengarenk bir dünyaydı. Çok fazla derinlere dalmadan aslında romantik komedilerden çıktım diyebilirim. Aslında ben işi romantik komedi, dram ya da fantastik dizi gibi çok fazla ayırmıyorum. Tabii ki ritimleri, dünyaları farklı yine de gerçek bir karakter yaratmaya çalıştığım için romantik komedi de yapsam bu kişi mutlaka ağlayacaktır, gülecektir. Aynı şey şu an çektiğimiz dizi için de geçerli. Tek farkı aslında bu duyguya hakim olarak devam etmem. Sahneler çok güzel ve çok duygu yüklü. Bu sebeple benim için farklı bir deneyim diyebilirim. Ama eğitimini alırken ve bu dünyaya girerken romantik komedi için de dram için de kısacası tüm türler genelinde çalışmaya hazırdım. Git gide piştim, öğrenmeye başladım. Dram da benim pişmem

için bir yolculuk olacak aslında. Umarım hakkını verebilirim.

**Sosyal medyada en çok konuşulan, en çok takip edilen isimler arasındasınız. Peki siz o mecraları nasıl kullanıyorsunuz?**

Gerçekten her hareketime, ne yaptığıma çok dikkat eden takipçilerim var. Yaşları birbirinden çok farklı bir grup. Tabii ki örnek olmaya dikkat etmeye çalışıyorum. Ama bu zaten benim halihazırdaki yolcuğuluğumun içinde var olan, kendi karakterimin içindeki bir duygu aslında. Elimden geldiğince en doğal halimi yansıtmaya çalışıyorum. Çünkü benim o halimi bilip onu beğeniyor olmaları, ona saygı duyuyor olmaları benim için çok önemli. Sanırım bunu onlarla çok güzel ilerlettik. Aslında içimden ne geliyorsa, paylaşmak istediğim ne varsa onu paylaşıyorum. Bunu da en gerçek ve en doğal halimle yapmaya çalışıyorum.

**Hayranlarınızla sosyal medya etkileşiminiz nasıl?**

Aslında onları görüyorum, elimden geldiğince tabii. Yaptıkları yorumlara çok önem veriyorum. Benimle ilgili her an hisleri değişebilir mi bilmiyorum, o nedenle kendi duygu durumlarını takip etmeye çalışıyorum. Gerçekten bende farklılık görüyorlar mı bunlar benim için çok önemli.

**2019 sizin için nasıl bir yıl oldu?**

2019 benim için çok güzel bir yıl oldu. Gerçekten meyve toplamak derler ya benim için de biraz öyleydi. Bu zamana kadar verdiğim emeklerin kendimce isteklerimin, hayallerimin somut bir şekilde bana sunulduğu, çok eğlendiğim, çok uzun bir yolumun olduğunu fark ettiğim hayal kurmaya daha da fazla devam ettiğim bir yıldı benim için. Benim için çok özel, çok önemli bir yıl 2019. 2019'u unutmadan hatta daha öncesini de unutmadan devam edeceğim. Daha istekli, pozitif ve samimi bir şekilde hayallerimin peşinde koşmaktan korkmadığım bir yıl oldu.

**2000'li yılların ilk dönemini geride bıraktık. Siz de bu dönem içinde yetişmiş, büyümüş ve kimliğini oluşturmuş birisiniz. Geçtiğimiz 20 yılı nasıl değerlendiriyorsunuz?**

27 yaşındayım. 7 yaşımdan bugüne birçok şey yaşadım, öğrendim. İnsanları analiz etmeye başladım. Kendimce daha olgunlaşmaya başladığımı hissediyorum. Hem mesleki hem hayatla ilgili öğrenecek birçok kapının olduğunu ve aslında ders alınacak şeylerin de olduğunu, keyfini çıkarabileceğim şeylerin farkında olduğum, mutlu olup belki de üzüleceğim zamanlar olduğunu fark ettiğim bir 20 yıl diyebilirim. 20 yıl benim için tam bir ekim zamanı gibiydi. Bir hayal kurdum onları ektim çocukluğumdan bu yana hayal kurup bunda hiçbir zaman yılmadığım ve gerçekten karşılığını gördüğüm koskocaman bir 20 yıl. En güzeli sanırım tecrübe edip, insanlarla, hem sette aile ve arkadaşlarımla hem sosyal çevremle bir araya gelip deneyimleyip ruh hallerini görüp kendimde bu yansımaları hissetmem oldu heralde. En güzeli de sanırım iyiysiyle kötüsüyle benim 20 yılım olması.

**2020'den beklentileriniz neler? Yeni yıl dileğiniz var mı?**

Her yıl olduğu gibi aslında hayallerimin gerçekleşmesini bekliyorum. Ailemle sağlıklı bir hayat diliyorum kendime ve herkese tabii. İyi ki bu meslekteyim, bunu bir kez daha söylemek istiyorum. Çünkü bu benim için çok önemli. Çok güzel umutlarım ve hayallerim var. Bunların gerçekleşmesi ni diliyorum. Sağlıklı, mutlu -hatta mutsuzluk bile olsa, bunların bana güzel dersler verdiği- bir yıl diliyorum aslında. Herkesin bol bol gülümsediği, çok verimli olduğu bir yıl olsun.

**Dünyaca bir uyanışın eşiğindeyiz. Bilinçli tüketim farkındalığı hızla yayılıyor. Bir fayda sağlamak için neler yapmalıyız?**

Aslında bilinçli tüketim sadece alışveriş için olmamalı. Bizim bu bilince aynı şekilde çevre için de sahip olmamız gerekiyor. Öncelikle kendi ruhumuzu doyurmalıyız. Tüketmeye karşı daha aç olmamak için. Her şeyin bize yettiğini fark etmemiz gerekiyor. Bunu herkese söylerken, kendim de yapmaya özen gösteriyorum. Tüketmek için değil de var etmek için bir şeyleri oluşturmak için yeni yollar denemeliyiz. Bilincimizi buna göre şekillendirmeliyiz. Aslında kendi doygunluğumuza erişirsek, gerçekten ihtiyaçlarımızı belirlersek bunların ne kadar az olduğunun farkına varırsak, bunlarla mutlu olmanın aslında daha kıymetli olduğunu anlayabiliriz. O nedenle kendimizi mutlu edip aslında daha fazla açgözlü olmadan bizi nelerin mutlu ettiğinin bir listesini yapmalıyız.

**Siz kendi bireysel alanınızda daha bilinçli bir tüketici olmak için neler yapıyorsunuz?**

Elimden gelen her şeyi yapıyorum. Bununla ilgili aslında kendi ruhumu besliyorum ve çevreme özen gösteriyorum. Çünkü ben bu dünyaya sahip değilim. Aslında kimse de bu dünyaya sahip olamaz, birazcık misafir olduğumu hissetmeye çalışıyorum. Bu beni biraz olsun soyutluyor ve aslında bilinçli olmama da yardımcı oluyor. En güzeli, en sade ve en doğal olanıdır. En gerçek ve en içten olandır. Ne kadar kendi içimde mutluysam, etrafıma karşı olan saygım, sevgim ve dikkatim de o denli artıyor. Önce kendimi mutlu etmenin yollarını arıyorum. Kendi motivasyonumu yükseltmeye çalışıyorum. Zaten diğeri çok çabuk akıp gidiyor, akışta devam ediyor.

**Duygularınızı nasıl dışa vurursunuz?**

Duygularımı çok belli ederim. Pozitif olan her şeyi dışa dönük yaşıyorum. Kendi mutlu anımı da insanlar hemen anlıyor. Ne kadar mutlu olduğumu ne kadar pozitif olduğumu hemen çözebiliyorlar. Ama herkes gibi yaşadığım bazı sıkıntılar olduğunda birazcık kapatıyorum kendimi. Sessiz kalıyorum, neyse ki çok kısa sürüyor kendimi toparlamam.

**Hayat bir yolculuk ise eğer sizce önemli olan varacağımız yer midir yoksa yol mu?**

Çok güzel bir soru. Bir yolculuktayken bir yere gitmek için kurduğun hayaller, hazırlanmak için verdiğin mesai, varma heyecanın gibi görünse de aslında en önemlisi yoldur, yolda yaşadıklarındır. Yola çıkmadan önce hissettiklerindir. Varmak ancak onun küçük hediyesidir diye düşünüyorum. En güzeli anda

kalabilmek aslında. Yolculuğun keyfine varmak ve bunun için hayaller kurup heyecanı baki tutmak benim için çok daha önemli ve kıymetli. Çünkü ne öğreniyorsak bu yolda öğreniyoruz. Vardığımız yer ancak bizim tecrübeli hal aldığımız bir yer…

**Pantene'in marka yüzü oldunuz. Nasıl bir araya geldiniz?**

Aslında Pantene ile birlikteliğimiz eskilere dayanıyor. Ben uzun zamandır Pantene kullanan hatta seyahatlerde bile yanında mutlaka Pantene şampuan taşıyan tam bir Pantene kadınıyım. İlk gençlik yıllarımdan beri benim için yeni yıkanmış saç kokusu eşittir Pantene kokusu. Nerede duysam hemen tanıyacağım o Pantene kokusunu duştan çıkınca saçlarımda almak hep daha iyi hissettirdi beni. Dolayısıyla markayı severek kullanan biri olarak şimdi Pantene'in yeni marka elçisi olmak benim için çok değerli.

**Pantene ve sizin en büyük uyumunuz ne?**

Güne yüksek bir enerji ile başlamak, pozitif olmak, içimdeki gücü yansıtmak benim için çok önemli. Güne nasıl başlarsam öyle devam edeceğine inanıyorum. Bunun için benim de her kadın gibi kendimden emin ve kendi görüntümden mutlu olmam lazım. Pantene marka ekibi ile biraraya geldiğimizde benimle paylaştıkları araştırma sonuçlarında kadınların saçları ile ruh durumları arasında çok ciddi bir ilişki olduğunu gördüm. Saçları iyi olduğunda, enerjik, pozitif, güçlü hissediyorlar ve her şeyin üstesinden gelebileceklerini düşünüyorlar. Bu noktada Pantene'in her saç ihtiyacına uygun ürün portfolyosu ile daha fazla kadının her güne harika saçlarla başlamasını sağlama misyonundan çok etkilendim. Böylece Pantene ile yolculuğumuza her kadının güne *"Gün Benim Günüm"* diyerek başlamasını sağlamak amacıyla çıktık.

**Markanın DNA'sında sizi en çok cezbeden şey nedir?**

Biz kadınlar ne zaman saçımızı beğenerek güne başlasak o gün mutlaka iyi geçer. Daha güleryüzlü oluruz, daha sosyal, daha hayat dolu ve tabii daha güçlü... Bahsettiğim gibi Pantene bu konuda dünyada 11 ülkede bir araştırma yaptı ve aslında 10 kadından sadece 1'i harika saçlara sahip olduğunu düşünüyor. Oysa ki kadınlar, saçları güçlü ve sağlıklı göründüğünde kendilerini çok daha güvenli, herhangi bir güne göre çok daha pozitif hissediyorlar. Pantene'in yenilenen dünyasında tam da buradan yola çıkarak *"Gün Benim Günüm"* diyoruz. Ben her sabah aynaya baktığımda gördüğümden yani kendimden mutlu ve motive olduğumda güne ve günün tüm getirdiklerine hazır hissediyorum… Saçlarımın iyi görünmesinin moduma olan etkisine tamamen inanıyorum. Pantene'in daha fazla kadının her güne harika saçlarla başlamasını sağlama misyonu benim için çok değerli. Pantene farklı saç tiplerine, ihtiyaçlarına özel farklı çözümler sunan geniş bir saç bakım ürünü portfolyosu ile kadınların her gün harika saçlara kavuşmasını ve her güne "Gün Benim Günüm" diyerek başlamasını sağlayarak hizmet ediyor. Ben de tıpkı Pantene gibi yer aldığım tüm işlerde kadınların gücünü ortaya koymalarına vesile olmak ve hayatlarında güzel bir etki bırakmak istiyorum.

**Bu kadar büyük bir markanın yüzü olmak sizin için ne anlam ifade ediyor?**

Teklifi ilk aldığım andan itibaren inanılmaz heyecanlıyım. Marka yüzü olmadan önce de severek kullandığım böyle güzel bir marka ile kadınların hayatlarına dokunacak olmak benim için gurur verici. Pantene ile harika saçlara kavuşarak, her gün binlerce kadının güne "Gün Benim Günüm!" diyerek başlayacak olmasında payım olması beni çok mutlu ediyor. Bu yolculukta tüm kadınların saçlarından başlayarak aslında kendilerinden mutlu olmalarını ve içlerindeki o güzel enerjiyi dışarıya yansıtmalarını diliyorum.

**Kampanya çekimleri çok güzel görünüyor. Çekimler nasıl geçti?**

Yenilenen Pantene dünyasını yansıttığımız enerjisi yüksek, dinamik ve tam da beni yansıtan bir reklam filmi oldu. Benim enerjimle Pantene'ın enerjisi tutunca zaten ortaya çok güzel bir iş çıktı. Çekimlerden sonra harika bir lansman etkinliğimiz ve ardından Bakü'de 2 gün boyunca çeşitli basın ve influencer etkinliklerimiz oldu. Bütün bu yoğun tempoya rağmen hepsi çok rahat geçti, resmen aktı diyebilirim. Ben her zaman tüm işlerimde enerjilerin tutmasının önemine inanıyorum. O zaman her şey güzel gidiyor ve izleyicilere geçiyor. Kadınların saçlarını iyi hissettiklerinde günlerinin daha pozitif geçeceğini hatırlatmak benim için çok önemli bir motivasyon. Onların hayatlarında olumlu bir etki bırakmak hem benim hem de markanın en önemli amaçlarından biri. Pantene ile birlikte kadınların her güne harika saçlarla başlamasını sağlayarak, "Gün Benim Günüm!" demeye devam edeceğiz!

**Saçlarınız çok güzel. Bakım ritüeliniz nedir?**

Çok teşekkür ederim. İşim gereği saçlarım çekimlerde sürekli yoğun ısı kullanımına maruz kalıyor. Bu nedenle benim için en önemlisi yıpranan saçlarımı onarmak. Benim saçıma en uygun olan seri Pantene Onarıcı ve Koruyucu Bakım şampuanı ile saçlarımı temizleyip, arındırıyorum. Ardından favori ürünüm Pantene 3 Dakikada Mucize Kremi ile, yıpranan saçlarımı sadece 3 dakikada onarıyorum. Haftada 1-2 gün ise konsantre Pro-V formüllü Pantene 1 Dakikada Mucize Krem ile saçlarıma yoğun bakım sağlayarak derinlemesine besliyorum. Ben saç bakımımı genelde evde kendim yapmayı tercih ediyorum. Saçlarımın ihtiyacı olan bakımı hızlı ve kolayca evde sağlayabiliyorum. Çekimler sırasında saçlarıma sağlıklı görünümünü ve parlaklığını geri kazandırmak için de Pantene Argan Yağlı Elixir ürününü tercih ediyorum.

**Saçlarınızı şekillendirirken neler kullanıyorsunuz?**

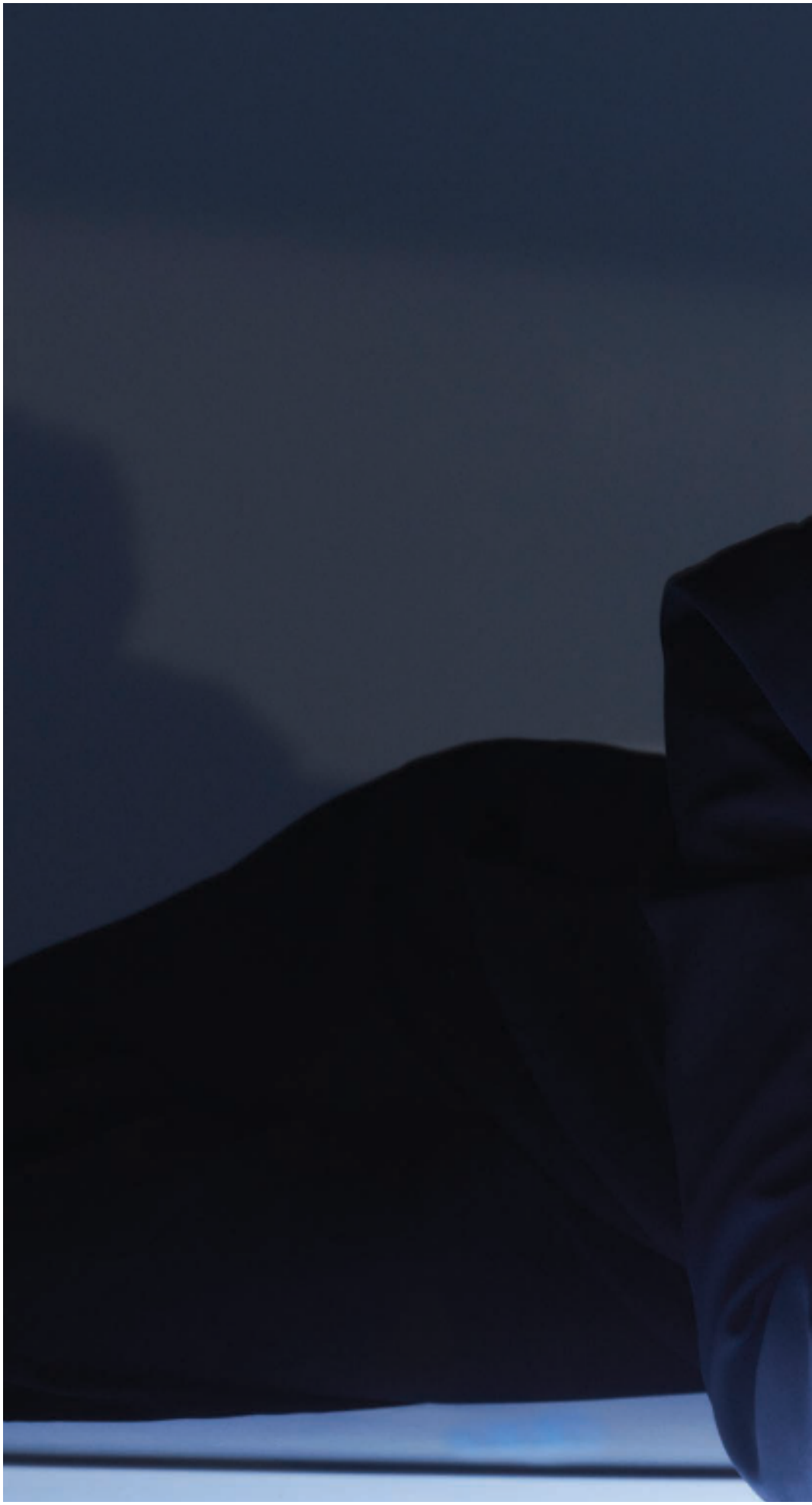
Pantene Onarıcı ve Koruyucu Bakım 7/24 Saç Bakım Kremi en büyük destekçim. Saçlarıma ellerimle dalgalı bir şekil verirken kullandığım bu krem hem elektiriklenmeyi engelliyor hem de şekillendirmeden kaynaklanan yıpranmalara karşı saçlarımı güçlendirerek sağlıklı bir görünüme kavuşturuyor.

Trençkot, **MACHKA,** 2.795 TL
Çorap, **CALZEDONIA,** 79,90 TL

Saç: Önder Tiryaki,
Önder Tiryaki Studio
Makyaj: Ali Rıza Özdemir,
Ali Rıza Özdemir Studio
Video: Abdullah Yazıc
Fotoğraf asistanı:
Cengizhan Ergün
Moda editörü asistanı: Sıla Aydın
Saç asistanları: Mustafa Akgül,
Zeynep Dombaycıoğlu
Makyaj asistanı: Batuhan Sara

# Alfa kadını

Feminenliğini beklentiler çevresinde sınırlamayan, arzu ettiği gibi yaşayan, aynı zamanda kadınlığını seksapelitesinin ötesinde anlamlandıran alfa kadınlarının dünyasına girmeye cesaretiniz var mı?

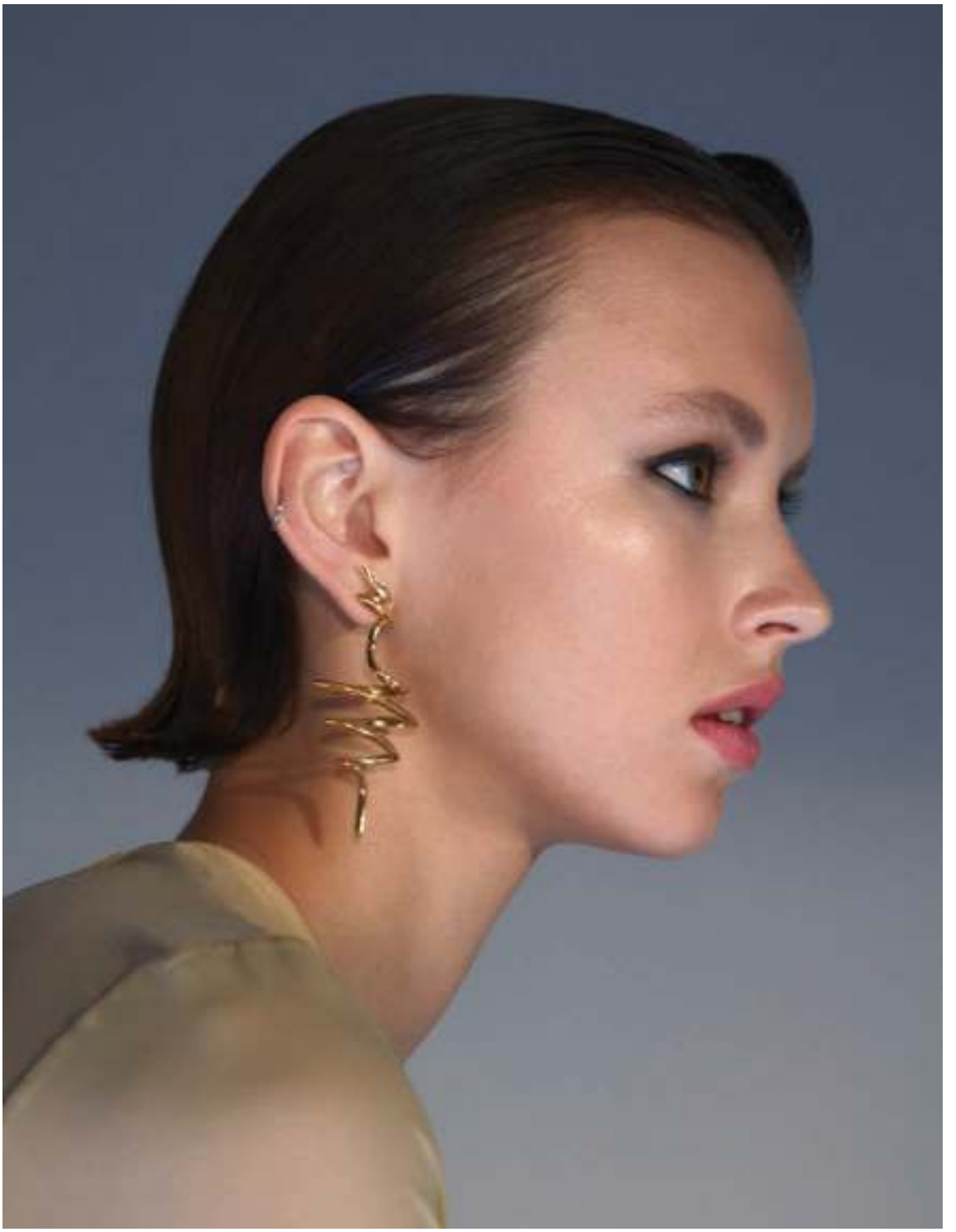


FOTOĞRAF **MUSTAFA NURDOĞDU**
MODA EDİTÖRÜ **TUĞÇE BAHÇIVANGİL**

Organze bluz, **ROMAN,** 429 TL

İpek gömlek, 17.000 TL,
Gold düğmeli tulum, 7.500 TL, **GUCCI**
Çiçek figürlü broş, **NILLUSH VINTAGE**
Soket çorap, **VERSACE,**
**BEYMEN,** 1.500 TL
Saten ayakkabı, **THE ATTICO,**
**BEYMEN,** 4.090 TL

Metalik bluz, **PETER PILOTTO, BEYMEN,** 5.950 TL
Bol kesim pantolon, **DRIES VAN NOTEN, BEYMEN,** 3.899 TL
Taş küpe, **NILLUSH VINTAGE,** 120 TL
Taşlı deri kemer, **BEYMEN COLLECTION,** 449 TL
Stiletto ayakkabı, **CHRISTIAN LOUBOUTIN,** 5.600 TL

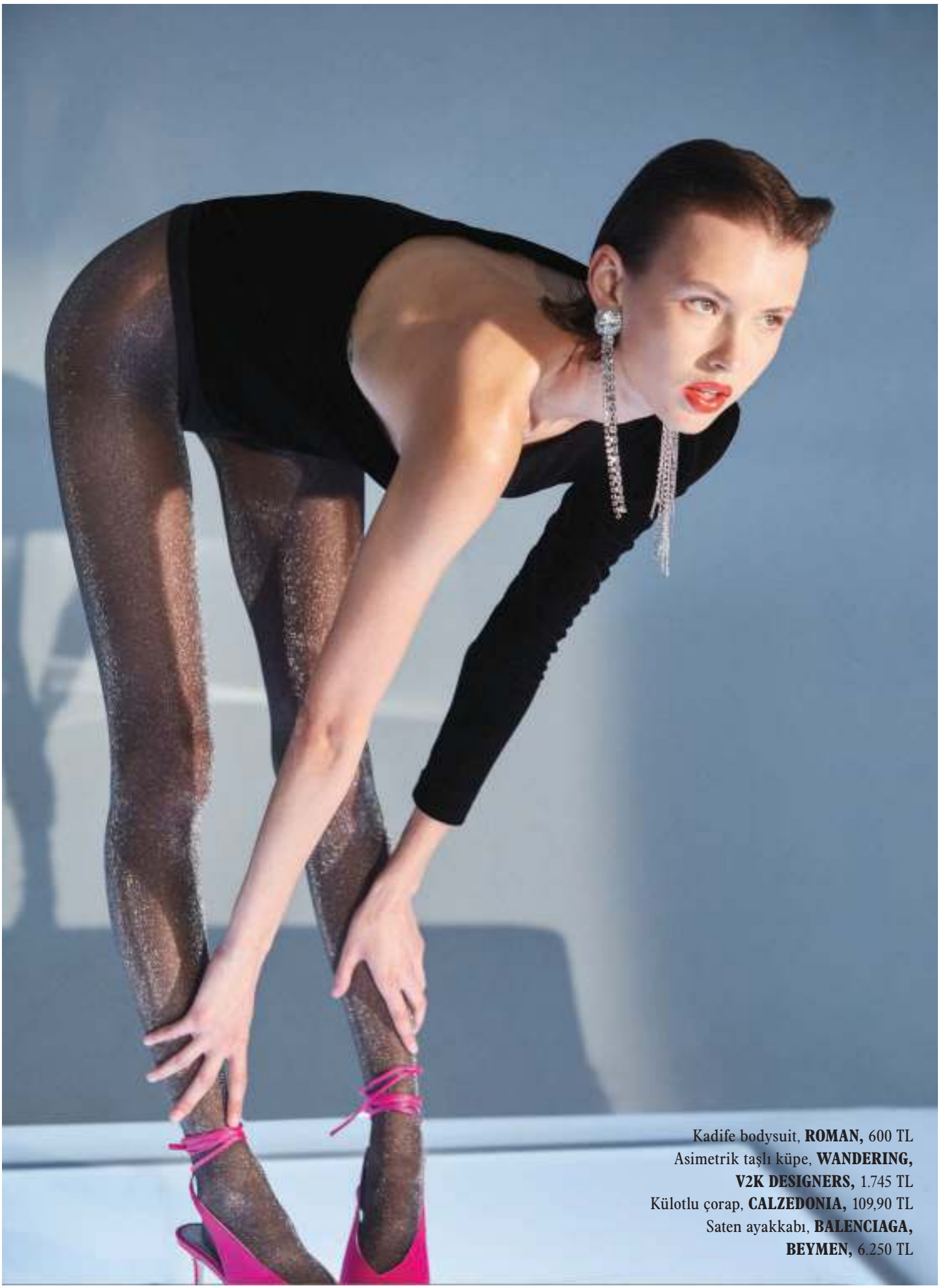


Transparan bluz, **UNRAVEL, BEYMEN,** 3.399 TL  Gold küpe, **GILAN**

Saten bluz,
**VAKKORAMA,** 1.195 TL
Kalem etek,
**BALENCIAGA,**
**BEYMEN,** 9.950 TL

Transparan elbise, sarı organze elbise, rugan çizme, **FENDI**

Metalik dik yaka bluz, deri ceket, volanlı etek, **LOUIS VUITTON** Taşlı earcuff küpe, üçgen küpe, **GILAN**
Leopar gold kemerli ayakkabı, **CHRISTIAN LOUBOUTIN,** 5.600TL
Deri berjer koltuk, **DARKROOM INTERIOR,** 7.500 TL

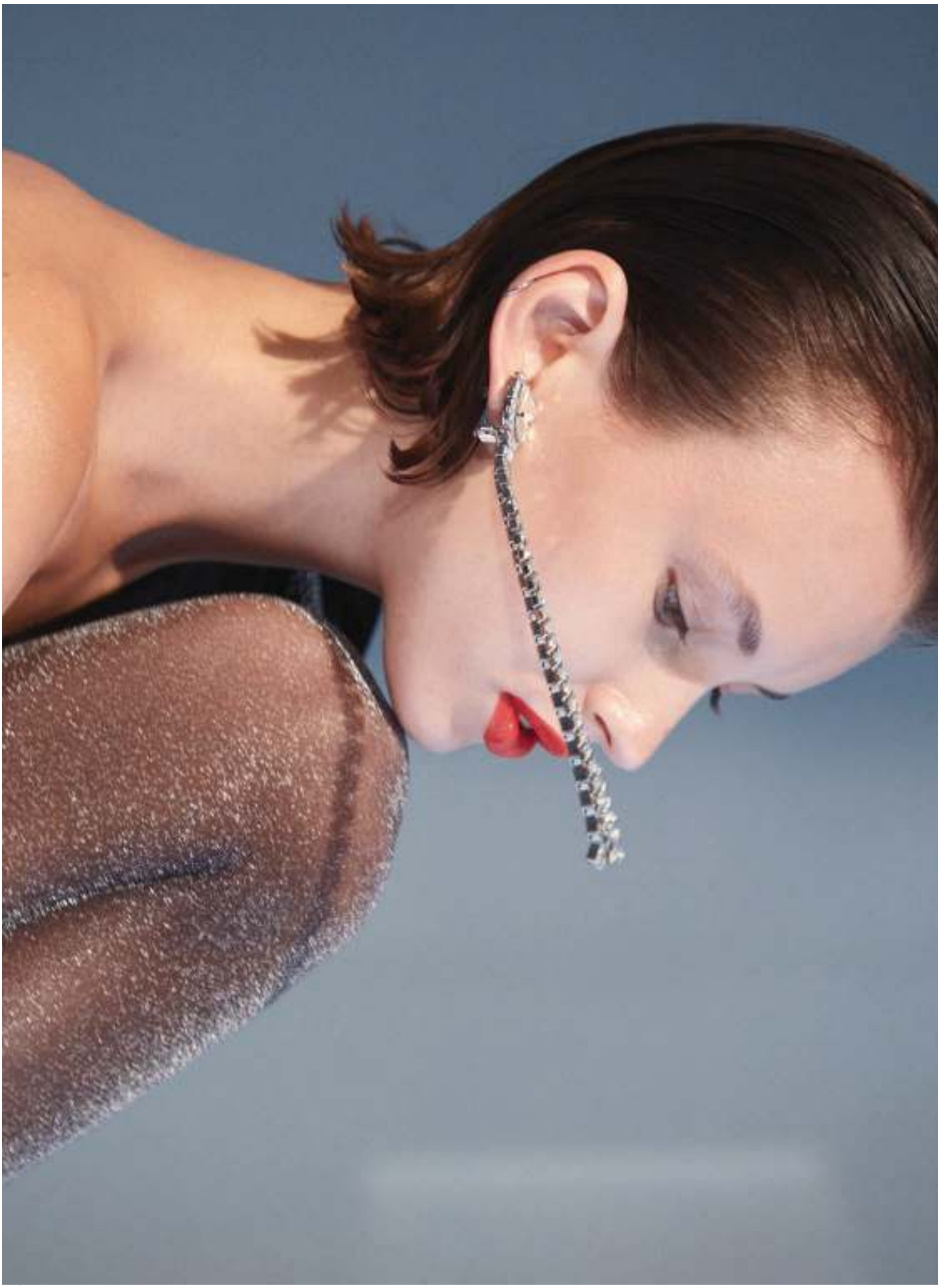


Kadife bodysuit, **ROMAN,** 600 TL
Asimetrik taşlı küpe, **WANDERING, V2K DESIGNERS,** 1.745 TL
Külotlu çorap, **CALZEDONIA,** 109,90 TL
Saten ayakkabı, **BALENCIAGA, BEYMEN,** 6.250 TL

Saten korse, **ENDER LEGARD, HARVEY NICHOLS,** 353 TL
Kaşe kaban, 699 TL, taş küpe, 120 TL, **NILLUSH VINTAGE**
Pilili etek, 1.536 TL, düğmeli kemer, 1.195 TL, **VAKKO**
Rugan çizme, **FENDI**
Deri berjer koltuk (ikili), **DARKROOM INTERIOR,** 6.000 TL

Ceket, **BALENCIAGA, BEYMEN,** 14.250 TL
Üçgen taşlı küpe, kalp taşlı
gold yüzük, **GILAN**
Külotlu çorap, **CALZEDONIA,** 109,90 TL
Deri berjer koltuk (ikili), **DARKROOM INTERIOR,** 6.000 TL

Bodysuit, **SUDI ETUZ,** 7.900 TL Külotlu çorap, **CALZEDONIA,** 109,90 TL
Kalp taşlı gold yüzük, **GILAN**



Organze bluz, **ROMAN,** 429 TL Pullu etek, **PACO RABANNE, BEYMEN,** 5.450 TL Külotlu çorap, **CALZEDONIA,** 109,90 TL
Tokalı ayakkabı, **BALENCIAGA, BEYMEN,** 6.250 TL

Saç: Talat Kıvrak
Makyaj: Ömer Faruk Dinç, MAC ürünleriyle
Fotoğraf asistanı: Cengizhan Ergün
Moda editörü asistanı: Zekiye Karadağ
Makyaj asistanı: Sercan Gülsoy
Model: Sveta, Tanks Management

Darkroom Interior'a teşekkürler.

İpek, tafta "Baby Doll" elbise, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**

# Couture'ün yeni yüzü

FOTOĞRAF **MIA DABROWSKI**
MODA EDİTÖRÜ **GABRIELA CAMBERO**

İpek-organza çiçek figürlü, ipek, tafta balo elbisesi, saten ayakkabı, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**

İpek tafta, “Anémones” elbise, saten ayakkabı, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**
Sol sayfada: İpek, tafta balo elbisesi, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**

Pilili, tül, balo elbisesi, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**
Sol sayfada: İpek, gül motifli, kuyruklu, mini kokteyl elbisesi, taşlı, deri ayakkabı, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**

İpek tafta, akordeon kesim balo elbisesi, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**
Sol sayfada: İpek-saten fiyonklu, pilili tül balo elbisesi, ipek sandalet, **GIAMBATTISTA VALLI COUTURE.**

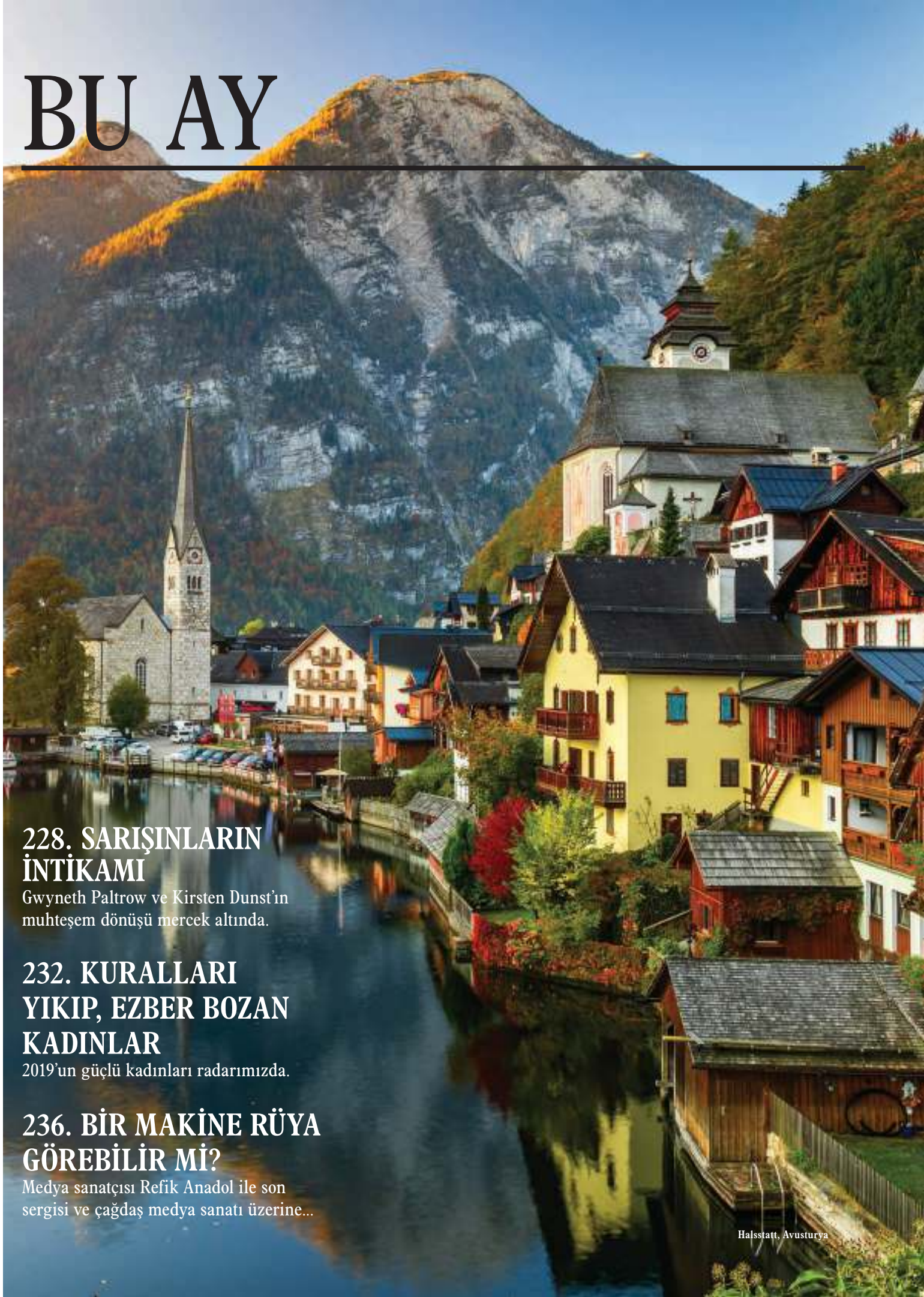
Saç: Carole Douard. Makyaj: Fanny Maurer. Fotoğraf asistanı: Jeremy Konko.

L'OFFICIEL HOMMES

ŞİMDİ TURKCELL

VE TÜRK TELEKOM DERGİLİK'TE!

# BU AY




## 228. SARIŞINLARIN İNTİKAMI
Gwyneth Paltrow ve Kirsten Dunst'ın muhteşem dönüşü mercek altında.

## 232. KURALLARI YIKIP, EZBER BOZAN KADINLAR
2019'un güçlü kadınları radarımızda.

## 236. BİR MAKİNE RÜYA GÖREBİLİR Mİ?
Medya sanatçısı Refik Anadol ile son sergisi ve çağdaş medya sanatı üzerine...


Halsstatt, Avusturya

# SARIŞINLARIN İNTİKAMI

**1990-2000'li yılların iki Hollywood yıldızı, bu sefer akıllı ekranlara geçiş yaparak geri dönüyor. Kirsten Dunst "On Becoming a God in Central Florida" ile, Gwyneth Paltrow'sa "The Politician" dizisiyle sanal bir düelloya katılıyor.**

Yazı FRANÇOIS BLET

Hikayeyi bilirsiniz. Bir okul ortamında geçen, iki karakterin -biri intikamcı dışlanmış tip, diğeri popüler başrol- arasında yıllardır var olan çatışmanın öyküsü. Birinci karakter, genellikle karmaşık duygulara sahip, gölgelere karışmış bir "inek", ikinci karakterse yaşadığı sorundan ötürü üzerindeki dikkatleri kaybeden, genellikle depresyonda olan depresif bir amigo kızı. Geçen sonbaharda, iki rol sırasıyla Kirsten Dunst ve Gwyneth Paltrow'un yer aldığı dizilerle ekrana yansıdı. Birçok farklı nedenden dolayı, *"On Becoming a God in Central Florida"* ve *"The Politician"* ile iki aktris de aynı yola giden paralel bir dönüş yaptı. Aslında buna, iki oyuncunun yeniden doğuşu demek daha doğru. Bu durumda dönüş yaptıkları yol, iki Amerikalı'nın onca yıldan sonra televizyondan geçen ve her birinin kendi yolunda küçük film trajedileri olan bir yol diyebiliriz.

**ÇILGIN VE ÇEKİCİ**

Kirsten'ın yaşadığı basit bir yanlış anlaşılma olabilir. Çünkü onun için her şey, *"Interview with the Vampire"* filmindeki sürpriz rolü (12 yaşında olduğunu unutmayalım) ve beş yıl sonra Sofia Coppola'nın "*Virgin Suicides"* filmiyle başlamıştı. Çılgın ve çekici havasının yanında samimiyet ve kaos arasında bir içsellik yaşayan genç aktris, ekrandaki rakiplerinden çok daha fazlasına sahipti. 1999 yılındaydık ve lanet Dunst için başlamıştı. Çok yetenekli, çok yönlü olduğu için oynadığı gençlik komedileri (*American Girls*), yabancı bilim kurgu filmleri (*Melancholia*) ve absürd dramaları (*Marie Antoinette*) birbirine kötü bir şekilde bağlayarak kendini yanlış tanıtıyordu. Ona göre, Hollywood'un zirvesine erişmesine mal olan metamorfoz tutkusuydu. Geçtiğimiz günlerde Siruis XM radyo programında *"Ben hiçbir zaman hiçbir rolüm için bir ödüle aday olmadım. Çocukken aday olduğum Golden Globe ve Fargo olan için hariç. Hiçbir zaman film endüstrisi tarafından kabul görmedim. Belki oyunu kuralına göre oynamadığım için. Yine de yapmam gereken her şeyi yapıyorum. Meslektaşlarım tarafından tanınmak güzel olurdu."* açıklamasında bulundu. Kirsten, Cannes Film Festivali'nde *"Melancholia"*daki rolü için ödülü kaçırmış olsa da yaşadığı küçük skandal bunun uzun süredir bir yanlış anlaşılma olduğunu kanıtlıyor. Ağustos ayının sonunda Dunst, *"Walk of Fame"*de yıldızını kazandığı sırada Reuters haber ajansı sanki aktris sadece bu rolle anılıyormuş gibi *"Örümcek Adam'ın kız arkadaşı rolüyle tanınan aktris"* şeklinde bir haberi tweet attı. Tweet silinmiş olsa bile Dunst bunu haklı olarak hala bir hakaret olarak görüyor.

Fotoğraf Sony Pictures Television Inc. DR Çeviri Dilara Yılmaz

Kirsten Dunst, Robert Funke ve Matt Lutsky'nin "On Becoming a God in Central Florida" dizisinde Krystal Stubbs rolünde.

## KIRSTEN DUNST VE GWYNETH PALTROW KENDİ VAROLUŞLARINA AİT ESKİ KARAKTERLERİ SAYESİNDE GÜÇLENDİLER VE İKİ YILDIZIN YÖRÜNGELERİ NİHAYET BULUŞTU. NE TEPEDE NE DE ARAFTA; OLMASI GEREKEN YERDE. OYUNUN MERKEZİNDE.

**SAF VE EL DEĞMEMİŞ**

Gwyneth'in hikayesi başkaydı. Mutlak güzelliğe sahip bu bembeyaz tenli kadın, adeta Hollywood'a güneş gibi doğmuştu. Bu mutlak güzelliğin beden bulmuş hali, sanki Amerikan sinemasının kendisinin doğurduğu ve büyük aktris olarak adlandırdığı bir şeydi. *"Seven"*dan (1995) *"Tenenbaum Family"*e (2001), *"The Talented Mr. Ripley"* gibi bazen küçük ama unutulmaz rollerle Kaliforniyalı aktris kendini kanıtladı. Ama bu durum herkesi memnun etmedi. Fernanda Montenegro'nun (Walter Salles'in *"Central do Brasil"* filminde oynamıştı), rakibi Gwyneth Paltrow'un *"Shakespeare in Love"*daki (1999) rolüyle Oscar kazanmasından sonra yaptığı *"Romantik, saf, el değmemiş bir kişi olduğu için bu ödülü aldı."* açıklamasını hatırlıyoruz. Evet Fernanda, gerçekten öyle. Hatta o, bundan daha fazlası. Fakat bu Gwyneth'ın ilerlediği güzel ve doğru yolu koruması için yeterli değildi. 2008'de James Gray'in *"Two Lovers"* filmi bile 20 yıl boyunca kötü seçimlerle beslenen, kendini kademeli olarak sektörden çekmesini ve *"Avengers"* alemindeki yardımcı rollerini kurtarmaya yetmedi. Şimdilerde küçük bir lifestyle imparatorluğu haline gelen bir güzellik markası olan Goop'un başında olan Gwyneth, kariyerinde yaptığı hataları saklamıyor. Geçtiğimiz günlerde New York Reklam Haftası'na katılan Paltrow çizdiği yeni yolu şöyle açıklıyor: *"Oyunculuğun artık beni heyecanlandırmadığını söyleyemem. Çok şanslıydım ve çok çalıştım, bu da bana sinemada büyük bir kariyer kazandırdı. Fakat bir noktada, artık yapmak istediğim şeyin bu olmadığını hissettim. Bu nedenle kendime yeni bir rota edindim."*

**ENGELSİZ YOL**

Şu an Netflix'te yayınlanan *"The Politician"* adlı dizinin yapımcısı ve yazarı, Gwyneth'in kocası Brad Falchuk'a teşekkür etmek zorundayız. *"O harika biri, beni eski işime geri döndürdü... Kendimi ikna etmek zorunda kaldım, goop.com'da büyük bir işim var... Dizide bana bir rol yazdığını söyledi. Ben de ona bunu yapabileceğimi sanmadığımı söyledim. Ve sonuç, işte buradayım."* Peki söz konusu rol ne? Georgina Hobart, ruhani burjuva ve kendini Amerika Birleşik Devletleri'nin gelecekteki başkanı olmaya ikna etmiş yetenekli gencin annesi. Dizi için iyi tempolu, iyi kurgulanmış Ryan Murphy'nin şovu için drama yaşayan bir komedi diyebiliriz. Gwyneth Paltrow, yardımcı rollerden biri olmasına rağmen kendi içinde üç farklı durumu oynuyor. Kimi zaman kırılgan ve mesafeli, kimi zaman eğlenceli ve onurlu, Alman yasak aşkı seyisin kollarına atlamak için kocasının parasından vazgeçen, Madam Bovary'vari rolüyle on sekiz yıl sonra Margot Helen Tenenbaum'un melankolik ironisini çağrıştırıyor. Kısacası Gwyneth tekrar yürümeye başlıyor ve biz de onun için daha büyük, engelsiz bir yol hayal ediyoruz.

**DİŞ TELLERİNDEN GELEN GÜZELLİK**

Kirsten, Showtime kanalında yayınlanan *"On Becoming a God in Central Florida"*daki rolüyle kendi büyüklüğüne layık bir oyun alanı buldu. Eskiden diş tellerine sahip eski bir güzellik kraliçesi olan Krystal Stubbs, kafayı piramit sistemiyle insanları manipüle ederek zengin olmaya takmış fakir bir deliyle evlenir. Daha sonra kolunda bebeği borç içinde kalınca Krystal, kendini ve onurunu korumak için elinden gelen her şeyi yapar. Çalıştığı su parkından ayrılan ve kocasının işini devralan Krystal, hayattan intikamını almaya hazırlanır. Kirsten'in yaşamı da büyük yıldızların yer aldığı, kapitalizmin egemen olduğu bu diziye benziyor. Çılgın ama mesafeli, komik ama tutarlı, nüktedan ama bir o kadar saf. Oksimoronların en sarışını için mükemmel bir rol. Böylelikle Kirsten Dunst ve Gwyneth Paltrow kendi varoluşlarına ait eski karakterleri sayesinde güçlendiler ve iki yıldızın yörüngeleri nihayet buluştu. Ne tepede ne de arafta, olması gereken yerde. Oyunun merkezinde. Evet, hikayeyi biliyorsunuz; mutlu sonla bitiyor…

Fotoğraf Netflix 2019

Gwyneth Paltrow, Ryan Murphy, Brad Falchuk ve Ian Brennan'ın Netflix'teki yeni dizisi "The Politician"da Georgina Hobart rolünde.

# KURALLARI YIKIP, EZBER BOZAN KADINLAR

**Yönetmen, aktivist, yazar, sporcu, aktris… Her biri farklı meslek gruplarında yer alan, ilham veren kadınların ortak özelliği özgür ruhları ve elbette değişim başlatan savaşçılar olmaları. Başkaldırılarının geleceği aydınlatması dileğiyle.**

Yazı ILGAZ GÖKIRMAKLI

## Phoebe Waller-Bridge

*"Şaka yapmanın gerçek hayatta yapabileceğiniz en tehlikeli şeylerden biri olduğunu düşünüyorum."* diyen komedyen ve senarist Phoebe Waller-Bridge'in ezber bozan tavrı aslında tam da bu cümlesinde devreye giriyor. O, erkek egemen dünya düzeninde güçlü bir kadın komedyen olarak dimdik ayakta duruyor ve tüm ödüüleri topluyor! *"Fleabag"* dizisinin başrolü, yaratıcısı ve yazarı Phoebe Waller-Bridge şüphesiz 2019'un yıldız isimlerinden biri. Ve şanslıyız ki yıldızı her geçen gün parlamaya devam ediyor. Londra doğumlu oyuncu, üç çocuklu bir ailenin ortanca ismi. Yaptığı ilk şakanın o kadar da komik olmadığını ama annesinin o şakasını arkadaşlarına yaparak onu yüreklendirdiğini hatırlıyor. Royal Academy of Dramatic Art eğitiminin ardından Bridge'in kariyer yolculuğu hızla yükselmeye başlıyor. Yıldızını parlatan *"Fleabag"* ile söze başlayalım. Dizi aslında Waller-Bridge'in 2013'te Edinburg Festivali'nde kendi yazıp oynadığı *Fringe First* ödüllü tek kişilik bir tiyatro metninden uyarlama. İki sezonluk dizi alışılagelmiş mizah anlayışının yanı sıra; izleyiciyle arasındaki köprüyü yıkmasıyla hepimize farklı bir deneyim yaşattı. Oyuncunun 71. Emmy'de *"Fleabag"* ile kazandığı üç ödülü de hatırlatalım. Dizinin tüm bölümlerinin senaryolarını ve Phoebe Waller-Bridge'in daha önce yayımlanmamış notlarını içeren *"Fleabag: Scriptures"* adlı kitap da kasım ayında yayınlanmıştı. Bridge yine dikkat çeken yapımlarından biri olan *"Killing Eve"*in yazarı ve yapımcılarından biri. Sandra Oh ve Jodie Comer'ı buluşturan dizi ezber bozan bir polisiye olarak yılın öne çıkan yapımları arasında yer aldı. O elbette tüm yapımcıların da radarında, seçimini ise Amazon'dan yana kullandı ve üç yıllık bir anlaşma imzaladılar. Waller-Bridge'in yürütücü yapımcılarından olduğu yeni HBO dizisi *"Run"* 2020'de ekranda. Peki, sırada başka neler var? Bir sonraki *"Bond"* filmi yazarlarından biri olacağı spoilerlar'dan biri. Bu şahane kadının tehlikeli sularda yüzmesine bayılıyor, imzası olan işleri izlemek için sabırsızlanıyoruz.

Fotoğraf Getty Images

# Margaret Atwood

Dünyanın en prestijli edebiyat ödüllerinden *Booker*, 2019'da kurallara karşı gelerek iki yazara verildi. *"The Testaments"*la Margaret Atwood ve *"Girl, Woman, Other"* kitabıyla Bernardine Evaristo ödülü paylaştı. *"The Testaments"*, diziye de uyarlanan 1985 tarihli *"Damızlık Kızın Öyküsü"* kitabının devamı. 79 yaşındaki Atwood, ödülü kazanan en yaşlı yazar oldu. Atwood 2000 yılında da *"The Blind Assassin"* kitabıyla *Booker*'ı kazanmıştı; böylelikle ödülü ikinci kez kazanan dördüncü yazar olarak da tarihe geçmiş oldu.

Atwood yakın tarihin en saygın isimlerinden biri. Yazdıkları ve eserlerinin vesile olduklarıyla gerçek bir ilham kaynağı. Margaret Atwood, 1939 yılında Kanada'nın Ottawa kentinde dünyaya geldi. Babası böcek bilimci olduğu için çocukluk yılları çoğunlukla Kuzey Quebec bölgesindeki ormanlık alanlarda geçti. On iki yaşına kadar okula gidememiş, okuma yazmayı anne ve babasından öğrenmişti. Ancak bu onu beş yaşından beri hikayeler, şiirler ve oyunlar yazmaktan alıkoymamıştı. Atwood, 16 yaşında profesyonel bir yazar olmaya kararlıydı. Atwood, güzel bir çocukluk dönemi yaşadığını sık sık dile getiriyor. *"Elektrik yoktu, okul yoktu, kütüphane yoktu ve henüz televizyon bile yoktu. Moskova kısa dalgaları dışında herhangi bir radyo alamıyorduk, ama çok kitap vardı. Tüm kitapları okudum, sonra hepsini tekrar okudum."* diyerek o günleri anlatıyor.

Usta yazar Toronto Üniversitesi ve Radcliff Kolleji'nde eğitim gördükten sonra Harvard Üniversitesi'nde doktoraya başladı, ancak tamamlamadı. Eserleri pek çok ödüle ve adaylığa layık görüldü. Atwood, 1987 yılında aldığı *Arthur C. Clarke* ödülünü, altı sene önce yazdığı az önce de sözünü ettiğimiz kusursuz kurgudaki distopyasına borçluydu: *"Damızlık Kızın Öyküsü"*ne.Dizi olarak da yayınlanan kitap, erkek egemen bir toplum distopyası. Atwood'un 1985'te kaleme aldığı kitap, üremeyi odağına alıp, kadınları doğurganlıklarına göre sınıflayan, kürtajın "cinayet" sayıldığı baskıcı bir düzeni anlatıyor. Kitaba gösterilen ilgi, özellikle ABD'de Donald Trump'ın başkan seçilmesinden sonra arttı. Donald Trump, 2016 yılında kürtaj yaptıran kadınların *"Bir şekilde cezalandırılması gerekiyor"* şeklinde bir söylemde bulunmuştu. Hepimizin bilfdiği gibi ABD'nin agresif tavırdaki başkanı ayrıca kadınları cinsel objeler olarak sıfatlandıran birçok açıklamaya da imza attı. Kadınlar, bedenleri üzerinden yapılan siyasete karşı Washington ve New York'ta, üreme haklarına ve tercihlerine yönelik tehditlere karşı, üzerlerine geçirdikleri *"Damızlık Kız'ın Öyküsü"*ndeki karakterin kostümleriyle sokaklara çıktılar. Atwood yaşanılan olaylar nedeniyle üzgün ancak *"İnsanların bu karakteri böyle kullanmasından ve böyle bir etki yaratmış olmasından memnunum."* diyor. Elbette Margaret Atwood'un etkisi yalnızca 2019 ile sınırlı değil ancak geçtiğimiz yıl deyim yerindeyse bir rüzgar başlatarak; bize, fitilin ateşlenmesini bekleyen bir kalabalığa, tüm kadınlara güç verdi. Her devrin ilham veren bu güçlü kadınına bir kere daha şükranlarımızı sunuyoruz.

# Yalitza Aparicio

Alfonso Cuarón imzalı *"Roma"* vizyona girdiğinde tarihler 2018'i gösteriyordu. Yılın son aylarında izleme fırsatı bulduğumuz film, yılsonlarının vazgeçilmezi "En İyiler" listesine ilk sıralardan giriş yapmıştı bile. Hatta sinema tarihinin unutulmazları arasına girdiği şeklindeki yorumlar kulaktan kulağa yayılıyordu. Cuarón'un kendisini yetiştiren kadınlara bir sevgi mektubu niteliğindeki filmi Meksika'nın orta sınıftan ailelerin yaşadığı Roma mahallesindeki bir evde hizmetçi olarak çalışan genç Cleo'nun hikayesini anlatıyordu.

Filmin yıldızı Cleo'ya hayat veren Yalitza Aparicio idi. Yönetmen Cuarón, Yalitza'yi gördüğü anda, gerçek hayatta kendi dadısı olan Libo'dan ilhamla kaleme aldığı senaryodaki karakteri onun oynayacağından emin olmuştu. O ana kadar aklından oyunculuğu geçirmeyen Yalitza *"Doğrusu sinema meraklısı değildim, Alfonso Cuarón'un kim olduğunu da bilmiyordum"* diyordu verdiği röportajlarda.

Öğretmenlik eğitimi alan genç kadın filmin seçmelerine katıldığında En İyi Kadın Oyuncu Oscar'ına aday gösterilen ilk yerli Meksikalı kadın olacağından habersizdi. Filmle birlikte oyuncunun başarısı önce Meksika'da sonra da tüm dünyada parlamaya başladı. Her ne kadar çocukluğundan beri içine kapanık olduğunu, fotoğraf çektirmeyi veya topluluk içinde konuşmayı sevmediğini söylese de dünyaca ünlü birçok derginin kapağında yer aldı. Birçok kişi, onun ortaya koyduğu bu imaj sayesinde, Meksika'daki farklı ten renklerini, yüz biçimlerini temsil eden "çeşitliliğin" sonunda görünür olmasının başarıldığını düşünüyor. Hatta, güzelliğin yalnızca bir biçimini görmeyi tercih eden yayın organlarının da değişmesinde tarihi bir kilometre taşı olduğu yorumu yapılıyor. Oscar'a aday gösterilen ilk yerli Latin Amerikalı aktris *"Roma"*daki performansının ardından şimdi de cinsiyet eşitliği ve yerli halkların haklarını savunuyor. Aparicio, Birleşmiş UNESCO İyi Niyet Elçisi seçildi.

Meksika'da son bir yılda ebeveynler 46 bebeğe yıldız oyuncunun ismini verdi. Görünen o ki Yalitza'nın adı uzun süre yaşayacak.

# Greta Thunberg

*"How dare you?/Bu ne cüret?"* Geriye dönüp baktığımızda 2019'un en unutulmaz cümlelerinden biri bu olacak. On altı yaşındaki iklim akvitist Greta Thunberg belki de çok daha önce sorulması gereken bu soruyla bizi baş başa bıraktı. Greta Thunberg İsveçli aktör bir babanın ve dünyaca ünlü opera sanatçısı bir annenin iki kız çocuğundan biri. Genç aktivist çok küçük yaşlarda iklim krizi ve küresel ısınma terimlerle tanışmış. Tüm bu sorunların insan eylemlerinden kaynaklı olduğunu öğrendiği zaman henüz on bir yaşındaymış ve bir

depresyon geçiriyormuş. O dönem yemek yememeye ve konuşmamaya başlamış. Yalnızca çok gerekli olduğunda konuşan Greta'ya otizmin bir türü olan asperger sendromu teşhisi konulmuş. Yaşadığı yeme bozukluğu nedeniyle yaşıtlarına göre çok daha küçük görünen genç aktivist hastalığını şöyle tanımlıyor: *"Otizmin bir versiyonu ve beni diğerlerinden biraz farklı kılıyor. Ben gerçekten 'sosyal oyuna' katılmayı sevmiyorum. Yalan söyleyemiyorum. Söyleyip söylediğimin aksini yapamıyorum."* Grevlere rağmen okulda dersleri iyi ancak Greta yaşıtlarından farklı, *"Bence herkes gibi olabilirdim, ama o zaman herkes gibi yapmaya devam edecektim, asla bu eylemlere başlamayacaktım."* diyerek açıklıyor bu durumu.

Dünya çapında 1,4 milyon öğrencinin katıldığı *"İklim için Okul Grevi"* protestosunu başlatan Thunberg; Türkiye, Fransa, Almanya, Brezilya ve Arjantin'i iklim değişikliğiyle mücadele konusunda yeterli adım atmadıkları gerekçesiyle Birleşmiş Milletler'e resmi dilekçe sunarak şikayet etmişti. Konuşması hepimizin hafızasına kazındı. Greta iklim kriziyle mücadele etmek için yola tek başına çıkan bir kahraman. Ancak başlattığı bu mücadeleyi tek başına devam ettirmemeli. İlham veren bu genç kıza kulak verelim!

# Megan Rapinoe

Son yılların spor ikonlarından Megan Rapinoe saha içindeki başarısının yanı sıra aktivist kimliğiyle 2019 yılının ilham veren kadınlarından biri. Rapinoe eşcinsel hakları, ırkçılık karşıtlığı, ücret eşitliği ayrımcılığı konusundaki tartışmaların baş aktörlerinden biri.

Amerika Birleşik Devletleri Milli Takımı'nın orta sahasında görev alan Megan Rapino kariyerinin ilk büyük adımlarını 2005 yılında Portland'da okurken Kolej Ligi'ni kazanarak attı. Doğa ve spor dolu bir hayat süren oyuncu 20'li yılların başlarında, profesyonel bir futbolcu olma yolunda ilerliyordu. Yıldız oyuncu 2012 Olimpiyat Oyunları'nda kornerden attığı tarihi golle sosyal medyanın da radarına girmişti. 2012 Londra Olimpiyat Oyunları'na iki hafta kala eşcinsel olduğunu açıklayan Rapinoe ESPN'e verdiği röportajda mücadelesine hiçbir şeyin engel olamayacağını net bir şekilde vurgulayarak *"Özel hayat denen şey cinselliğimiz ile ilgili bilgiler değil, doğru bildiklerimiz ve eşitlik için mücadele etmektir."* demişti.

Protest sporcu 2016'da dört takım arkadaşıyla birlikte erkek meslektaşlarıyla aralarındaki maaş eşitsizliğini gerekçe göstererek ABD Eşit İstihdam Fırsatı Komisyonu'na bir dilekçe verdi. Aktivist kimliğiyle hepimizin kalbinde taht kuran Rapinoe, 2019'un en iyi kadın futbolcusu seçildi.

# Bir makine rüya görebilir mi?

**Medya sanatı alanında verdiği eserlerle ilklere imza atan Refik Anadol, yapay zeka yardımıyla oluşturduğu New York'taki sergisiyle bir makinenin halisinasyonunu izletiyor. Artechouse ev sahipliğindeki sergi tam olarak içinde yer alabildiğiniz büyüleyici bir dünya sunuyor.**

Yazı PETEK KIRBOĞA

Los Angeles'ta yaşayan Refik Anadol'un *"Machine Hallucination"* adlı sergisini New York'ta yaşayan bir makinenin halisinasyonu olarak düşünebilirsiniz. Girdiğiniz yüksek tavanlı alanda, film perdesinin içindeymişsiniz hissini veren sergide yarım saat için bu dünyadan ayrıldığınızı varsayın... New York'ta buluşarak medya sanatını ve sergisini konuştuğumuz Anadol şu sorunun yanıtını arıyor; *"21. yüzyılda insan olmak ne demek?"*

**Serginizden bahseder misiniz?**

Uzun süredir yapay zeka ile uğraşıyorum. Bu sanat etkiliği için 12 kişilik bir ekiple çalışıyoruz. Bu ekibin içinde antropolog, yapay zeka uzmanı, tasarımcı, mimar ve kod uzmanı bulunuyor. Tıpkı bir yönetmen gibi çalışıyorum. Bir süredir hatıralarla ilgili çalışmalar da yapıyorum. Eserimiz şu sorudan çıktı. 21. yüzyılda artık makinelerin bile öğrenebildiği bir dünyada, bir makine rüya görebilir mi? Son üç yıldır bu soruun cevabını arayan işler üretiyorum. New York'ta gerçekleşen sergimizin adı *"Machine Hallucination/Bir Makinenin halisinasyonu"*.

**Nasıl bir çalışma bu?**

Hatıralar artık sadece birbirimize anlattıklarımızdan oluşmuyor. Hatıralarımız farklı formlarda saklanıyor, bir veri olarak da tutuluyor. Hayatımızı yaşadığımız şehirlerde sosyal mecralar bir şekilde hatıralarımızı depoluyor. Farkında olsak da olmasak da arkamızda birtakım veriler bırakıyoruz.

**Sergide gözrdüğümüz film bir makinenin rüyası mı?**

Evet, bir makine eğer düşünebiliyor olsaydı rüyasında neler görebiliyor olabilirdi? Bunu sadece bir makine olarak da düşünmüyorum aslında, bir mimari mekan olarak düşünüyorum. Gelecekte makinelein mimari ile bir ilişki içinde olacağını öngörüyorum. Mimari soğuk materyallerden oluşuyor. Beton, cam, metal gibi. Yapay zeka veri ve ışıkla bir mimari yaratabiliyor. Burada yapay zekaya bir mikrofon uzattığımız düşünülebilir.

**Veriler nereden toplandı?**

Kamuya açık 113 milyon siteden toplanan verileri kullandık. Çok iddialı bir proje. Bir makinenin bir şehri öğrenebilmesi için muazzzam bir veriye ihtiyacı olacaktır. Bir şehrin içerisinde olduğu tüm hatıralar internette bulunuyor. Bu verileri bırakıyoruz. Bu makine özellikle insansız fotoğrafları seçiyor. Hiçbirinde insan olmayacak. New York'u nasıl görüyoruz? Nasıl deneyimliyoruz? Egodan arınmış bir veriyle gerçek

olmadığı halde gerçeğe çok yakın hayaller gören bir makinenin hikayesi bu.

**Bu dijital serginizde teknik olarak nasıl bir altyapı ile gerçekleşiyor?**

18 projeksiyon ve 32 kanal bir setle mekanı donatacağız. Gelenlere başı sonu olan bir hikayeyi 30 dakika içinde deneyimleteceğiz. Senaryosu olan bir hikaye bu. Yakın gelecek sinema deneyimi olarak adlandırabiliriz. Yapay zeka 4096 boyuta kadar öğrenebildiklerini taşıyabiliyor. Bizim bu projeyle en büyük başarımız verinin bu 4096 boyuta taşınmasını görmemiz oldu. Kod yazdık, dünyanın en iyi yazılım firması ile çalıştık, onlar da bu algoritmanın patentini bize verdiler. Bırakın sanatı teknoloji açısından da bir ilke imza attık aslında.

**Gelenlerin nasıl bir deneyim yaşayacağını düşünüyorsunuz?**

Bir makinenin rüyasının içinde, sorular soran ve ilham veren bir deneyim yaşatmayı hayal ediyorum. Teknolojinin hayatımıza etkilerini sorgulatan bir deneyim. İlk yapay zeka projemi *"Arşiv Rüyası"* ile İstanbul'da yapmıştım. O dünyada bir ilkti, oradan bu noktaya üç yıl içinde gelebilmiş olmak beni mutlu ediyor.

**Ziyaretçiler fiziksel olarak bu alanda nasıl bulunacaklar? Bir oturma düzeni olacak mı?**

Chelsea Market'te kimsenin 120 yıldır girmediği, ısıtma sistemlerinin olduğu bir odada bu deneyimi yaşayacaklar. Bu oda fonksiyonunu kaybettikkten sonra kapalı kalmış. Birlikte çalıştığım Artechouse bu mekanı önerdi ben de çok sevdim. Bana göre mekan Yerebatan Sarnıcı'na benziyor. Bu mekanın tavanı, yeri ve duvarları projesksiyonla giydirilmiş olacak. Ziyaretçiler mekanın içinde serbest dolaşacak. New York'ta olduğumuz düşünülürse sergiyi yere yatıp özgürce seyredenler de bile oldu. Mekan proje için çok uygun bir mekan oldu.

**Los Angelas'ta Ucla'da ders veriyorsunuz bahseder misiniz?**

Mezun olduğum okulda ders veriyorum. Özel bir araştırma yapıyorum aynı zamanda. Gençlere bilgi aktardığım için mutluyum.

**Türkiye'de deneyimlerinizi paylaşma fırsatı buluyor musunuz?**

Konuşmacı olarak geliyorum ama hayalimde mentorluk yapacağım bir workshop çalışması var. Ülkemizden çok yaratıcı insanların çıkacağına inanıyorum.

**Medya sanatlarının ne olduğunu açıklar mısınız?**

Medya sanatları bundan yaklaşık 50 yıl önce oluşmaya başlayan bir disiplin. İleriyi gören bir sanatçı grubunun farkındalığıyla başlıyor. Mimariden, müziğe her şeyin bir araya gelebildiği medya aracılığıyla yaşanan bir sanat deneyimi. Farklı mecraların, teknoloji odaklı oluşturdukları deneyimler de diyebiliriz. Medya sanatının dikkat edilmesi gereken önemli bir noktası var; işlerin tümünün derinliği, anlamı ve sorgulayıcı yönü olmalı.

**Sanattaki sorunuz ne?**

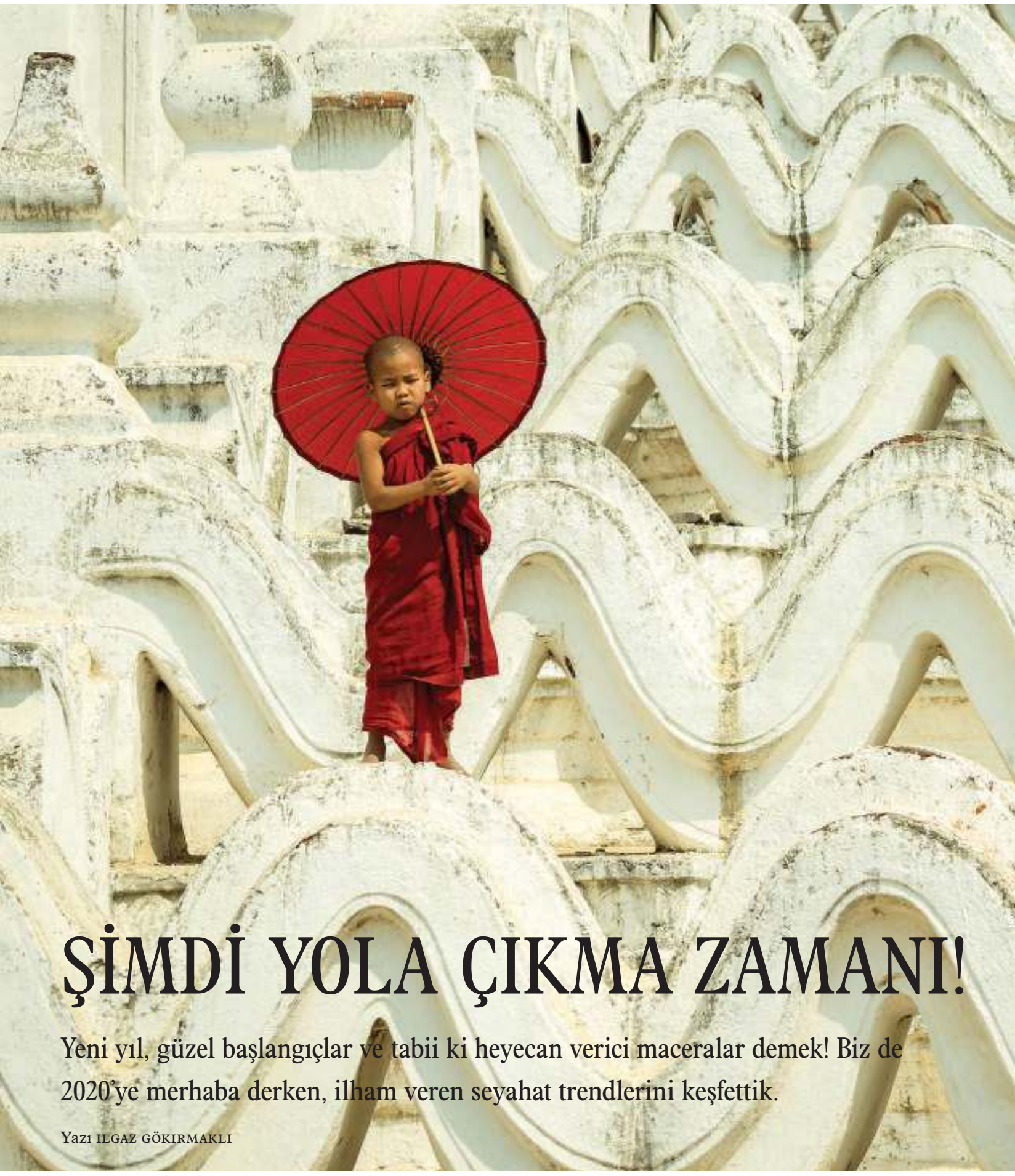
21. yüzyılda insan olmak ne demek? Bu sorunun cevabını arıyorum.

**Yaptığınız proje için geleceğin sineması diyorsunuz, bunda Los Angeles'ta yaşıyor olmanızın payı var mı?**

Kesinlikle var. Sinema insanoğlunun yarattığı en güçlü mecralardan biri. 8 yaşında seyrettiğim ilk filmden sonra hayal kurmayı bırakmadım. İstanbul'dan sonra ikinci evimin Los Angeles olması sinemaya olan tutkumdan. Sinema kadar heyecan veren bir mecra düşünemiyorum.

**Sevdiğiniz yönetmenler kimler?**

Alejandro González Iñárritu, Ridley Scott, Steven Spielberg. Disney ile yaptığım proje sonucu bu sektörden birçok insanla tanışma şansım oldu. Walt Disney Concert Hall'da yaptığım *"WDCH Dreams"* çalışmamdan sonra Iñárritu; *"İlk defa teknolojiye dokunabileceğimi hissettim."* dedi. Bu benim için tarifi zor bir mutluluktu.



# ŞİMDİ YOLA ÇIKMA ZAMANI!

Yeni yıl, güzel başlangıçlar ve tabii ki heyecan verici maceralar demek! Biz de 2020'ye merhaba derken, ilham veren seyahat trendlerini keşfettik.

Yazı ILGAZ GÖKIRMAKLI

Myanmar

Evet, bu yıl, o yıl. Yeni yıl listelerimizin vazgeçilmezi *"Yeni rotalar keşfet, kendine vakit ayır."* maddesine tik atacağınız yıl! Belki de hep hayalini kurduğunuz fakat bir türlü gidemediğiniz o tatile nihayet gidebileceksiniz. Belki de sürpriz kaçamaklar için kendinize fırsatlar yaratacaksınız. Zira 2020 özgür ruhların yollarda olduğu bir sene olacak. Yılın öne çıkan seyahat trendlerinin ana fikri ise *"Carpe diem/Anı yakala"*. Otantik rotalar, heyecan verici keşifler, lüksten uzak minimal maceralar ve iyileştirici tatiller için kendinizi hazırlayabilirsiniz.

Yeni yıl, unutulmaz tatil anılarını ve yeni keşifleri de beraberinde getirsin!

## İyiliğe dönüşen seyahatler

Politik sorunlar, iklim krizi, sağlık sorunları, doğal afetler… Dünya her gün kötü haberlerle karşılaştığımız bir yer haline geldi. Birçok duyarlı insan tatillerinde bile fark yaratıp, ihtiyacı olanlara yardım eli uzatmayı tercih ediyor. Bu nedenle ihtiyaç sahiplerine yardım etmek, doğa için bir şeyler yapmak turistik gezilerden daha cazip hale geldi. 2020 yılının öne çıkan seyahat trendlerinden biri de oldukça besleyici olan dönüştürücü seyahatler. Tatilinizi turistik normlardan uzak geçirebilir; yalnızca başkalarına değil, kendinize de iyi gelen bir macera yaşabilirsiniz. Yalnızca tüketici olmak yerine ihtiyaç sahiplerine yardım eli uzatmak ya da yoga kamplarında zaman geçirmek belki de sizlere deniz-kum-güneş üçlüsünden daha fazla huzur getirir bu sene, ne dersiniz?

Admont kütüphanesi, Avusturya

## Kitap, tatil, macera!

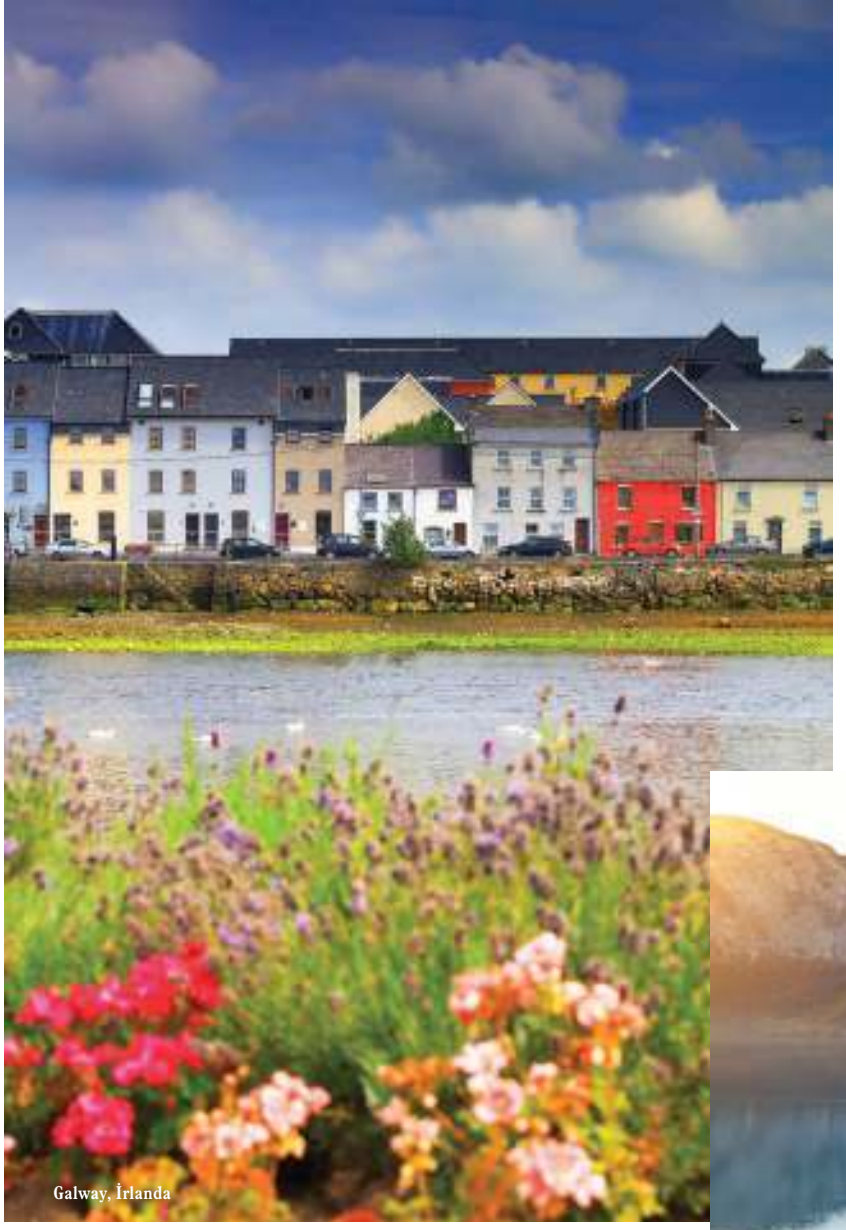
Kitap festivalleri ve edebi geziler, 2020 seyahat trendleri arasında hızla popülerlik kazanıyor. Birçok kitap kulübü toplantılarını daha anlamlı hale getirmek için eserle bağlantılı gezi planları yapıyor ya da *George Peabody*, *The Admont*, *José Vasconcelos* kütüphaneleri gibi ikonik kütüphaneleri ziyaret edebilecekleri rotalar keşfediyor. Bir yazarın konuşmasını dinlemek, imza gününe katılmak, sayfalarını çevirir gibi bir kitabın geçtiği yollardan yürümek, kütüphanelerin huzur veren sessizliğini dinlemek, alışılagelmiş bir tatilden çok daha farklı bir deneyim sunacaktır.

Norvveç

## Yeşile saygı...

Son yılların en önemli gündemlerinden ve sorunlarından biri hiç şüphesiz iklim krizi. Genç aktivist Greta Thunberg'in ilham verici çağrısı özellikle Z kuşağını harekete geçirdi. Geri dönüşü olmayan bu krize kulak vermekten başka çaremiz yok. Dolayısıyla çevreye duyarlı tatiller yapmak da bu noktada önemli bir başlık halini alıyor. Eko turizmi çevreyi koruyan ve doğaya saygılı, sorumlu seyahat olarak tanımlayabiliriz. Peki, çevre dostu bir tatil için nelere dikkat etmelisiniz? Seyahatinizdeki mottonuz çevreye saygılı ve sorumlu davranmak olmalı. İşe ilk olarak enerji tüketimini azaltmaya yönelik otellerden yer ayırtarak başlayabilirsiniz. Karada ve suyun altında birçok sürdürülebilir macera var. Deniz yaşamını ve mercanları rahatsız etmeden suyun derinliklerini keşfedebilir; çiftlikler, geri dönüşüm merkezleri ve milli parklar gibi çevre dostu seçimlerle en azından doğaya verdiğimiz zararı en aza indirebilirsiniz. Özellikle Kosta Rika, Grönland, Norveç, Borneo Adası, Kenya, Norve ve Galapagos Adaları ekolojik turizm için dikkat çekici seçeneklerden.

Fotoğraf Getty Images



Galway, İrlanda

## Küçük kaçamaklar

Heyecan verici bir tatilin uzun olması gerektiğini kim söyledi? Pekala, iki-üç günlük bir kaçamak da ruh halinizi değiştirmek için yeterli olacaktır. 2020 kısa ama dolu dolu geçen mini tatilleri kucaklayan bir yıl olacak. Bu kısa geziler yüksek tempo gerektiriyor ancak çok iyi bir planlamayla unutulmaz maceralara dönüşebilir. Yıllık izinleri uzak rotalar için saklayıp, hafta sonu kaçamaklarıyla kendinizi motive edebilirsiniz. Lonely Planets tarafından 2020 yılında ziyaret edilmesi gereken rotalar arasında yer alan Salzburg, Galway, Bonn, Kahire ya da Hallstatt rutininizden ayrılıp ufak bir mola vermeniz için ideal bir seçenek olabilir.

Hallstatt, Avusturya

Saorsa 1875 oteli, İngiltere

## Veganizm

Forbes ve The Economist dergileri 2019'u *"Vegan yılı"* olarak ilan etti. Dünya genelinde birçok insa gerek çevresel ya da etik endişeler nedeniyle gerekse sağlık nedeniyle vegan yaşam tarzını benimsiyor. Bu durum yemek, giyim, kozmetik sektörlerinin yanı sıra elbette tatil alışkanlıklarımızı da değiştiriyor. Vegan mutfakların yanı sıra yün, ipek veya kuş tüyü yorganların olmadığı ve birçok atölye çalışmasının düzenlendiği lokasyonlar hatta oteller gün geçtikçe artıyor. Geçtiğimiz haziran ayında kapılarını açan Saorsa 1875 adlı vegan otel ise bunun en güzel örneklerinden. Önümüzdeki günlerde bu tip otellerin sayısının daha da artması bekleniyor. Seyahatinizi planlarken birkaç küçük filtrelemeyle size en uygun doğa ve hayvan dostu oteli bulabilir, farklı etkinliklerle tatilinizi eşsizleştirebilirsiniz.

# *KIŞA KEYİFLİ BİR MOLA*

**Titanic Mardan Palace BeFine Spa&Thalasso'da ruhsal, fiziksel ve mental olarak yenilenmeye ne dersiniz?**

Dünyaca ünlü Klafs My Sauna&Spa tarafından özel olarak tasarlanan BeFine Spa&Thalasso, fiziksel ve ruhsal anlamda yenilenmek isteyenlerin ortak adresi oluyor. Mental ve beden sağlığı ile güzellik arzusunu bütünsel bir yaklaşımla ele alan BeFine Spa&Thalasso, huzur dolu atmosfere sahip tam donanımlı tesisleri ve uzman eğitmenleri ile alışılmışın dışında bir yenilenme deneyimi vadediyor. Titanic Hotels bünyesinde hizmet veren ve spa uygulamaları, su terapileri, sağlıklı menüleri ve kişiye özel programları ile en doğru arınma adreslerinden biri olan BeFine Spa&Thalasso, Türkiye'de ilk defa kurulan sauna ve buhar odaları ile en son spa trendlerini sunuyor. Spa keyfi, geleneksel hamam ritüelleri, terapi sonrasında rahatlatıcı cold brew (soğuk dem), sıcak bitki çayları ve şerbetler ile tamamlanıyor. Tarihi, Antik Çağ'a dek uzanan ve kısaca vücudun deniz suyunda

bulunan mineral ve elementlerle beslenmesi şeklinde açıklanabilen thalasso terapisi, BeFine Spa'nın öne çıkan terapileri arasında yer alıyor. Özellikle yaz aylarında vücuttaki yağ yakımını kolaylaştırarak kan dolaşımını hızlandıran ve toksinlerin atılmasını sağlayan bu terapi, tatil süresince yenilenmenin en keyifli yolunu sunuyor. Titanic Mardan Palace BeFine Spa&Thalasso'da özel dekorasyonu ve etkileyici atmosferi ile dikkat çeken 3 adet suit odadan oluşan VIP bölümü de, misafirleri bekliyor. Güzellik ve arınma noktası "BeFine Heaven" ise iskelede dizayn edilen Akdeniz'e nazır manzarası ve huzur veren atmosferi ile tatilinizi taçlandıracak büyülü bir spa yolculuğuna davet ediyor.

Metin Hara ile stressiz yaşama geçiş

Ruhsal, fiziksel ve mental olarak tazelenmek isteyenler için farklı alternatifler sunan Titanic Mardan Palace, geçtiğimiz günlerde keyifli bir organizasyona ev sahipliği yaptı. İlham verici konuşmaları ile tanıdığımız Metin Hara, stressiz bir yaşama geçişin altın kurallarını Titanic Mardan Palace misafirleri için anlattı. Metin Hara, pratik uygulamalar eşliğinde hayata farklı açılardan bakmak için birbirinden değerli ipuçları verdi. Kışa zinde ve keyifli bir başlangıç yapmak üzere Titanic Mardan Palace'ta bir araya gelen misafirler, en son spa trendleri ile sauna ve buhar odalarını BeFine Spa'da deneyimlediler. Uzman Endonezyalı terapistlerin masajları ve medikal kozmetik markası Juliette Armand'ın cilt bakımları ile buluşan misafirler, yenilenmenin ayrıcalığını Titanic Mardan Palace BeFine Spa'da yaşadılar. Mükemmel konumu, büyüleyici manzaraları, kristal rengi denizi, bembeyaz kum plajı ile huzurlu ve dingin bir atmosfer sunan Titanic Mardan Palace, kışa keyifli bir mola vermek isteyenleri bekliyor.

# *2020'NİN İLK BAHANESİ*

**10 Karaköy İstanbul'un muhteşem terasında 2020'ye girmeye ne dersiniz? Özel yılbaşı menüsü ve müzik performansları ile Bahane On10'a bekleniyorsunuz.**

Şef Murat Danışman'ın geleneksel yılbaşı lezzetlerini sunduğu yeni yıl menüsü, sofranızı aydınlatacak tarihle iç içe geçmiş Karaköy manzarası ve gecenin ilerleyen saatlerinde DJ Mehmet İrfan Uzun performansı yılın en özel son gününde 10 Karaköy Istanbul'un teras restoranı Bahane On10'da sizleri bekliyor. Menüde yer alan, Bahane'nin imza lezzetleri niteliğindeki meze çeşitlerinin yanı sıra; ana yemekte seçmeli olarak kuzu tandır ve yılbaşı gecelerinin vazgeçilmezi hindi servis ediliyor. Gecenin sonuna doğru, geri sayımdan hemen önce ise kabak tatlısı ve ya sufle yılın son dakikalarına eşlik ediyor. İstanbul'u panaromik bir şekilde muhteşem bir manzaradan izleyerek yeni yıla sevdiklerinizle girmek istiyorsanız, 2020'nin bu ilk "bahane"sini kaçırmayın.

# *LOKAL LEZZETLERE ÇAĞDAŞ YORUM*

**Nişantaşı'nın dikkat çeken mekanı SAM Kitchen&Bar, mevsimine uygun ürünlerle hazırladığı menüsü ve sıcacık atmosferiyle misafirlerini bekliyor.**

Birbirinden lezzetli ürünlerin bulunduğu zengin menüsü ve sıcacık atmosferi ile dikkat çeken SAM Kitchen&Bar, şehrin stresinden ve kalabalığından kaçıp keyifli zaman geçirmek isteyenlerin ortak adresi oluyor. Nişantaşı Reasürans Çarşısı'nda konumlanan mekan, kapısından içeri girdiğiniz ilk anda minimalist tavırlı iç dekorasyonu ile sizi karşılıyor. Beyaz rengin hakimiyet sürdüğü şık, ferah dekorasyona dinlendirici müzikler eşlik ediyor ve yemek keyfi doruklara taşınıyor.

SAM Kitchen&Bar'ı ziyaret eden misafirler, lokal lezzetlerin modern yorumlarından oluşan eşsiz bir menü ile buluşuyor. Mevsimine uygun, taptaze ürünler ile hazırlanan birbirinden lezzetli ürünlerin bulunduğu menü, unutulmaz kış deneyimlerinin kapısını aralıyor. Balık çorbası, çıtır kalamar, kinoa burger ve kışa en çok yakışır balkabağı cheesecake, SAM Kitchen&Bar'ın öne çıkan lezzeleri arasında kendisine yer buluyor. Geleneksel lezzetleri modernize eden SAM Kitchen&Bar'ın menüsündeki sürprizler bununla da sınırlı kalmıyor. Lezzet durağı, ekmek-peynir ilişkisini farklı bir bakış açısıyla yorumlayarak misafirlerinin beğenisine sunuyor.

Hayatınızın her anına ortak olmak isteyen mekan özel etkinleriyle de fark yaratıyor. Her çarşamba günü "Bubble & Bites" konseptiyle; bir kadeh prosecco sipariş veren herkese içerisinde kuru domatesli ve lorlu crostini, pesto ve keçi peynirli crostini, domates soslu çıtır peynir ve sebzeli çıtır böreğin bulunduğu Turkish Tapas tabağı hediye eden SAM Kitchen&Bar, perşembe akşamları ise "Thirtsty Thursday" konsepti ile DJ Tansu Çağlayan müzikleri eşliğinde keyifli bir akşam vadediyor.

ADRES: HARBİYE MAH. ABDİ İPEKÇİ CAD. NO: 57B MİLLİ REASÜRANS ÇARŞISI TEŞVİKİYE/İSTANBUL
TELEFON: 0212 343 50 53

# YENİ BİR HANE

Türkiye'nin ilk online catering websitesi olarak yola çıkan Misafirliq, 42 Maslak'taki Misafirliqhane ile yepyeni bir hikayeye başladı. Peki bu yeni lokasyonda neler oluyor?

**Misafirliq markası nasıl bir yol aldı? Klasik Misafirliq nasıl gidiyor?**
Misafirliq.com Türkiye'nin ilk online catering websitesi olarak yola çıktı. 4 kişilik ekipten şimdi 17 kişilik büyük bir ekiple 42 Maslak'ta açık mutfağıyla Misafirliqhane'yi hayata geçirdi.

**Yeni oluşumunuz 42 Maslak'taki Misafirliqhane nedir?**
Misafirliqhane hem hafta içleri 12.00-14.00 arası sağlıklı yemeklerden oluşan bir açık büfe şeklinde öğle servisi verdiğimiz hem de misafirlerimizi ağırlayıp tadımlar yapabildiğimiz ve etkinlikler düzenlediğimiz bir mekan. Bu mekan aynı zamanda özel etkinlikler için de kiralanabiliyor ve misafirler davetini diledikleri gibi tasarlayabiliyorlar.

**Misafirliq'in catering ruhunu sizce orada sadece öğle yemeğinde hizmet vererek mi yansıtıyorsunuz?**
Öğle yemeğinde misafirlerimiz bizi yakından tanıma fırsatı buluyor. Açık mutfak şeklindeki mutfağımızla ne kadar hijyenik ve güvenilir koşullarda çalıştığımıza tanık oluyorlar.

**Misafirliqhane'de çeşitli aktiviteler, workshop'lar oluyor. Biraz onları anlatabilir misiniz?**
Atölyelerimiz hem çocuklara hem büyüklere hitap ediyor. Mutfak atölyelerinin yanı sıra çeşitli el işi atölyeleri de düzenliyoruz. Aynı zamanda mekanımızı söyleşiler, sohbetler, imza günleri gibi etkinlikler için de kullanıyoruz. Misafirlerimiz, düzenlediğimiz aktivitelerle bir yandan lezzetli Misafirliq ürünlerini yerken bir yandan da keyif aldıkları aktiviteleri yapabiliyorlar.

**İki kadın olarak bir arada çalışıyorsunuz. Çok güçlüsünüz. Birbirinizle nasıl koordine oluyorsunuz?**
İkimiz de işimizi çok seviyor ve işimizin her alanında aktif olmaktan keyif alıyoruz. Doğal olarak gelişen bir iş bölümümüz olsa da bizi Misafirliq'in her alanında çalışırken görebilirsiniz. Bu sayede işimizin en önemli şartlarından biri olan koordinasyonu doğal bir akışla sağlamış oluyoruz.

**Sizi biricik yapan nedir?**
Malzemelerin kalitesine dikkat ediyoruz. 1 kişilik yemeği de 500 kişilik yemeği de aynı özenle hazırlıyoruz. Lezzet konusunda ödüllü şeflerimiz kendilerini geliştirmeye devam ediyor ve harikalar yaratıyorlar. Türk mutfağını geleneksellikten biraz uzaklaştırıp yeni tatlar ve sıradışı sunumlarla birleştirmek bizi farklı kılıyor.

**Organikliğe dikkat ediyor musunuz?**
Malzemelerimizi uzun süredir birlikte çalıştığımız ve kalitesine güvendiğimiz tedarikçilerimizden alıyoruz. 2-5 yaş arası çocuklara hizmet veren yuvalar ile de çalıştığımız için ürünlerin doğal, organik ve mevsiminde olmasına dikkat ediyor, hiçbir katkı maddesi ya da hazır gıda kullanmıyoruz.

# *DOĞALVE LÜKS*

**Persan'ın alpaka yününden ilham aldığı yeni koleksiyonu Peru, motifleri ve desenleriyle lüks bir görünüm verirken materyali ile de doğal kumaşın konforunu sunuyor.**

Persan'ın, alpaka yününden ilham alarak tasarladığı yeni koleksiyonu, ismini muhteşem alpakaların anavatanı Peru'dan alıyor. Peru koleksiyonunun temel kumaşları, tıpkı eşsiz güzellikteki alpaka yünü gibi dokunma hissini harekete geçiren güçlü bir etkiye sahip. Olağanüstü tuşeleriyle dikkat çeken tüylü kumaşlar, hem naturel hem de lüks bir görünüm sergiliyor. Kabarık, hacimli şöniller ve özel bükümlü ipliklerle elde edilen derinlik efektleri, koleksiyonun döşemelik kumaşlarına puf puf bir hava katıyor. Çarpıcı renklerin kullanıldığı sulu boya etkili akışkan deseni ile hayranlık uyandıran bukle zeminli emprime, koleksiyonun öne çıkan sıra dışı kumaşlarından. Ağırlıklı olarak naturel elyafların kullanıldığı Peru koleksiyonunun renkleri de tıpkı dokuları gibi alpaka yününe özel; bej, krem, gri, füme ve kahve tonlarında. Bu organik, doygun alpaka renklerinde hazırlanan hacimli döşemeliklere, aykırı renkleri ile çarpıcı bir şekilde eşlik eden düz döşemelik, taşlanmış efektli görünümü ile uyum sağlıyor. Peru koleksiyonunun ipek görünümlü perdelik kumaşları da tıpkı döşemelikleri gibi lüks ve naturel bir etki bırakıyor. Naif dal motifleriyle dikkat çeken pırıltılı perdelik ve saç örgüsü desenli perdelik, koleksiyonun kombin perdeliklerinden öne çıkanlar.

**Deneyimli marka Persan'ın Peru koleksiyonundaki olağanüstü tuşeleriyle tüylü kumaşlar öne çıkıyor.**

# BE WELL ARTIK TÜRKİYE'DE!

**Türkiye'nin ilk copyright sağlıklı yaşam platformu Be Well Türkiye, 22-24 Ekim tarihleri arasında Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort'ta çok özel bir davetle tanıtıldı.**

Global Wellness Day ile "Evet" diyoruz.

Global Wellness Day kurucusu Belgin Aksoy ile Debora Zakuto

L'Officiel tarafından 2019'un ilk yarısında dünyanın birçok farklı noktasında lanse edilen, Türkiye'de ise geçtiğimiz eylül ayında yayın hayatına başlayan sağlıklı yaşam dijital platformu Be Well'in tanıtım daveti 22-24 Ekim tarihleri arasında Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort'ta gerçekleşti.

Sağlıklı yaşam dünyasını yakından takip eden, sosyal medyada duruşlarıyla farkındalık sağlayan küçük bir grupla bir araya geldiğimiz tanıtım etkinliğinde alanında lider Shiseido, adidas ve New Life markalarının yanı sıra Global Wellness Day ile WWF Derneği de bizlere eşlik etti. Elite World Sapanca Convention & Wellness Resort'un huzur veren, yeşille iç içe ortamında gerçekleşen davette misafirlerimiz dinlenirken pratik spor yöntemleri, sağlıklı beslenmenin faydaları, 2020 sağlıklı yaşam trendleri ve sıfır atık gibi birçok farklı alanda bilgilenme fırsatına sahip oldular.

WWF Türkiye gönüllüsü Sevil Kayın, sıfır atık yaşam için yapılacakları anlattı.

Kübra Açıl

Ebru Alişan

Zuhal Okçu

Ezgi Özanlar

İlayda Ildır

Ceren Duman

Betül Külege

Özlem Çakırlar

**DOĞA KEYFİ**

Sapanca'da bulunan SPA, Wellness, doğa ve aile oteli konseptli Elite World Sapanca Hotel'de gerçekleşen Be Well tanıtım davetinde misafirlerimiz doğayla iç içe üç gün geçirme şansına sahip oldular. WWF Türkiye gönüllüsü Sevil Kayın ise doğayı korumak için dikkat etmemiz gerekenleri bizlerle paylaştı.

Merih Akdeniz, Rahşan Kürkçü, Debora Zakuto, Zeynep Şenolsun, Yunus Başaran

Seda Şen

Zuhal Okçu

Yonca Ergüneş

Merve Mucuk

Şule Karaok

**DOĞAL İÇERİKLER İLE SHISEIDO CİLT BAKIMI**

Be Well Türkiye tanıtım davetinde J-Beauty markası Shiseido, Ultimune, Benefiance ve Waso ürün gruplarının en yeni ürünlerini tanıttı. Japon fesleğini, yeşil yuzu, havuç gibi doğal içeriklerin öne çıktığı bu ürünlerle etkinlik süresince gerçekleştirilen cilt bakım ritüeli sayesinde misafirlerimiz kış sezonuna yenilenmiş bir ciltle girme şansına sahip oldular.

Beril Bayındır

Merve Mucuk, İlayda Ildır, Akasya Asiltürk, Yağmur Ün, Ayşegül Şener

Betül Külege

Ezgi Özanlar

adidas eğitmeni Halil Kılıç

Merve Mucuk

**ADIDAS İLE SPOR SAATİ**

Be Well tanıtım davetinin ikinci günü adidas spor saatiyle başladı. Her sabah evde rahatlıkla uygulanabilecek hareketleri misafirlerimizle paylaşan markanın başarılı spor eğitmeni Halil Kılıç sağlıklı bir yaşam için düzenli spor yapılmasının önemli olduğunu belirtiyor. Squad, plank gibi hareketlerin öne çıktığı eğitiminde adidas'ın hareket özgürlüğü sunan tayt ve body'leri bizlere eşlik etti.

New Life beslenme uzmanı Sena Yazıcı sağlıklı beslenme tüyolarını paylaştı.

**NEW LIFE İLE SAĞLIKLI BESLENME TÜYOLARI**
Türkiye'nin lider besin destek markası New Life da Be Well Türkiye tanıtım davetinde bizimleydi. Beslenme uzmanı Sena Yazıcı'nın sağlıklı beslenme önerileri verdiği özel bir kahvaltı gerçekleştiren marka; CoEnz QH, B12 Plus, Ginvit LC gibi çok satan ürünlerinin faydalarını da bizlerle paylaştı.

Seda Şen

# NE VAR NE YOK?

1

5

7

2

3

4

6

8

1. Altın Çağ Escada kış koleksiyonu, Hollywood'un Altın Çağı'nın efsanevi yıldızı Hedy Lamarr'dan esinlendi.
www.escada.com

2. Gücü doğadan Doğadan güç alan LYN Skincare'in antiaging serumuyla cildinize hak ettiği bakımı sağlamaya hazır mısınız?
www.lynskincare.com

3. Özel zamanlar Breitling, İngiliz uçağı De Havilland Mosquito'yu onurlandırmak için Aviator 8 Mosquito saatini yarattı.
www.breitling.com

4. Bodrum'da kış... The LifeCo Bodrum Well-being kış mevsimini özel bir kış kampanyası ile karşılıyor ve huzurlu atmosferinde keyifli bir "Kış Detoksu"deneyimi yaşamaya davet ediyor.
www.thelifeco.com

5. Işıldama vakti! Deneyimli marka Rado'nun DiaMaster koleksiyonunda, bir arada kullanılması en zor materyelleri ustaca kullanıyor.
www.rado.com

6. Kalite mirası... Köklü marka Panerai, Radiomir koleksiyonunu, epik Panerai modelinin bir çift orijinal versiyonu ile sunuyor.
www.panerai.com

7. Doğaya saygı Oris, çevre kirliliği ile mücadeleye dikkat çekmek için Turmepa ile kıyı temizleme etkinliği düzenledi.
www.oris.com

8. Boğaz'da yeni yıl Boğaz'a nazır konumuyla The Ritz-Carlton, Istanbul, yeni yıla özel hizmetler sunuyor.
www.theritzcarlton.com

1. Sihirli anlar
Omega yılın ilk zamanlarını kutlamak amacıyla, koleksiyonundaki en büyüleyici saatlerden dört tanesini gözler önüne seriyor. Her bir model şık altın dokunuşlara sahip.
www.omega.com

2. İddialı mücevher
Sezona iddialı giriş yapan Lion Diamond, yılbaşı koleksiyonuyla göz dolduruyor.
www.liondiamond.com

3. Yılbaşı kutlaması
Çırağan Palace Kempinski İstanbul, 2020'yi ihtişamına yakışır şekilde ışıl ışıl Noel ve yılbaşı kutlamalarıyla karşılıyor.
www.kempinski.com

4. Sofistike adımlar
Arzu Kaprol Business 2019-20 Sonbahar-Kış koleksiyonunda yer alan ayakkabı, bot ve çizmeler, sıra dışı modelleriyle dikkat çekiyor.
www.arzukaprol.com

5. Tasrım aşkına
Yenilikçi marka Michael Kors, mücevher koleksiyonunun kampanyasında Bella Hadid'e yer verdi.
www.michaelkors.com

6. Ev şıklığı
El tezgahı dokuması, özel olarak üretilmiş ipek kumaşlar ile ister evde ister dışarıda her zaman şık olmak isteyenler için Night&Mild şık pijama koleksiyonu ile sizlerle!
www.nightandmild.com

7. İnovatif saatler
Yeni iki Aquaracer model ile TAG Heuer, modayı ve işlevselliği birleştirerek bu inovatif saati kadın ve erkeklerin beğenisine sunuyor.
www.tagheuer.com

8. Başarının ödülü
Huzurlu tatillerin adresi The Bodrum EDITION, 2019'da "En Lüks Düğün Destinasyonu Global Ödülü", "Türkiye'nin En Lüks Düğün Oteli" ödülü ve "En İyi Düğün Mutfağı Global Ödülü"nün sahibi oldu.
www.editionhotels.com

# NE VAR NE YOK?

1

2

3

5

4

6

7

8

1. Eğlencenin adresi
Yılbaşında Radisson Hotel Group otellerinin muhteşem programlarından birini seçebilirsiniz.
www.radisson.com

2. Saç bakımı
Saça ihtiyacı olan her şeyi veren OGX'in Bambu Fiber-full serisi ile köklü bakım yapın.
www.ogx.com

3. Çekici detaylar
İddialı iç çamaşırlarından yumuşak pijamalara Victoria's Secret'la görkemli başlangıç yapın.
www.victoriassecret.com

4. Özenli çalışma
Cildine değer verenlerin tercihi Sinoz Kozmetik, yeni ürünleriyle ev keyfini ikiye katlıyor.
www.sinoz.com.tr

5. Kusursuz cilt
Voonka Beauty Voonka Collagen Beauty H20 Micellar Cleansing Water hidrolize kollajen ile cilt bakımına destek!
www.voonkabeauty.com

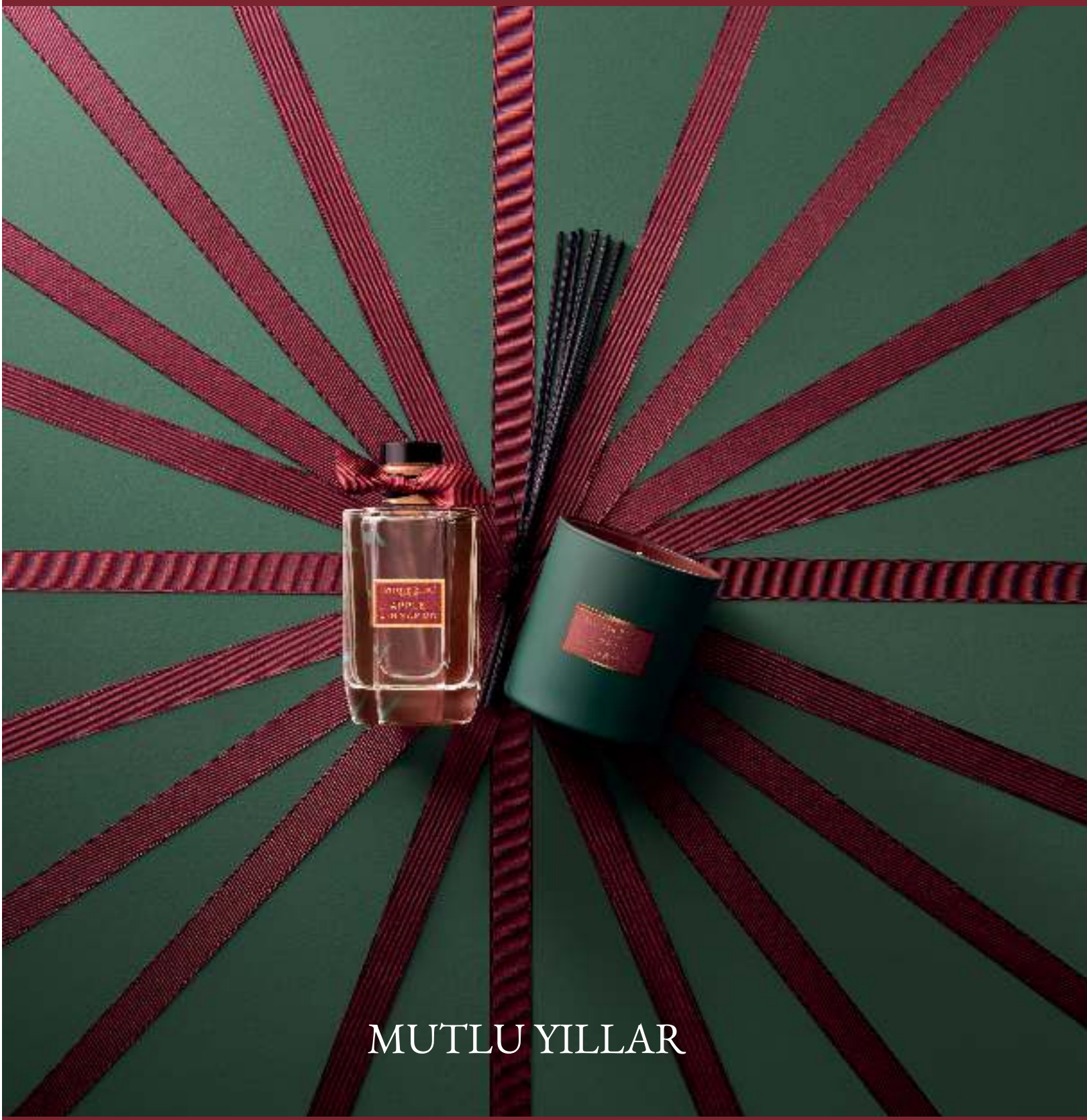
6. Sürpriz dolu bir yıl
Türkiye'nin en hızlı büyüyen yerel otel zinciri Elite World Hotels, yılbaşı gecesi için eğlence dolu programlar hazırladı.
www.eliteworldhotels.com.tr

7. Titiz zanaat
Gitar üstadı Jimi Hendrix'in anısına üretilen Raymond Veil Freelancer saat koleksiyonu dikkat çekiyor.
www.raymond-weil.com

8. Farklı deneyim
Nişantaşı St. Regis'te açılan Hiref Cafe; yepyeni bir konsepti ve kusursuz hizmet anlayışıyla Abdi İpekçi'de.
www.hirefcafe.com

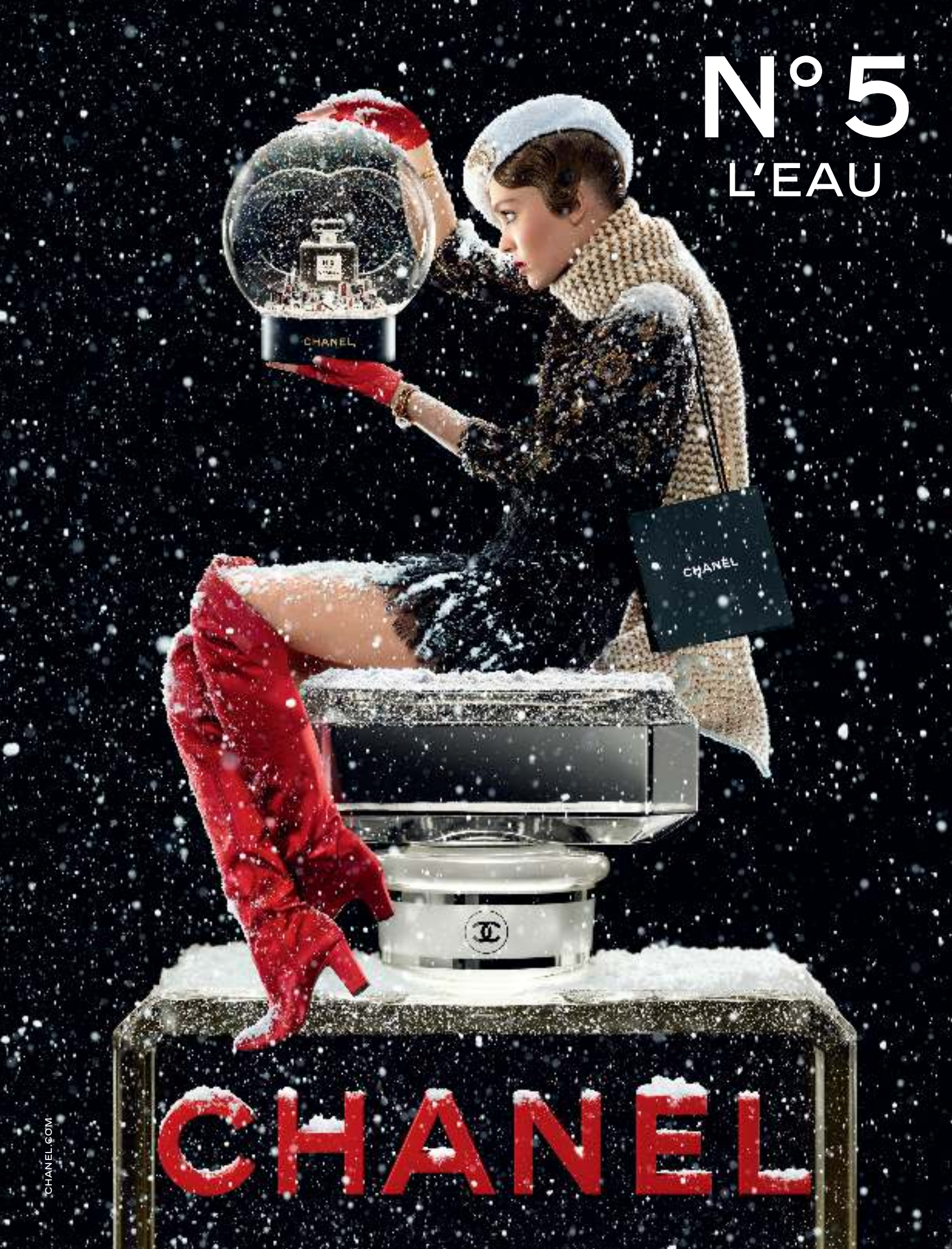
# ATELIER REBUL™

DEPUIS 1895




**İSTANBUL** AKASYA - BEBEK - CAPACITY - CEVAHİR - EMAAR - İSTİNYEPARK - KANYON - NİŞANTAŞI - PALLADIUM - SUADİYE - ZORLU CENTER
**ADANA** 01 BURDA - **ANKARA** ANKAMALL - ARMADA - CEPA - PANORA - **BURSA** KORUPARK - **İZMİR** ALSANCAK - MAVİBAHÇE

www.atelierrebul.com.tr


N°5
L'EAU
CHANEL
CHANEL
CHANEL
CHANEL.COM